



NIRIN APRESENTA

PANORAMA ²⁰²⁵ Nº2

ZÜRICH

O design
além do
design

Marcas e
negócios

**A cidade
onde tudo
funciona**

Branding
Arquitetura
Arte

Gastronomia
Lifestyle
Futuro

Índice

1 - Fachadas de edifícios no bairro Europaallee.

- 4** Suíça
- 7** Willkommen in Zürich (Bem-vindo a Zürich)
- 10** Inovação
- 11** Marcas e negócios
- 13** No mundo de Tyler Brülé
- 15** ON
- 16** Arquitetura e urbanismo
- 17** Arte em todo lugar
- 20** O design gráfico suíço
- 21** A fonte das fontes
- 23** Zürich Design Weeks
- 25** No campo das referências
- 28** O design além do design



Uma visão sobre a precisão suíça

Panorama significa “visão ampla”. E se há algo em que podemos concordar, é que uma das melhores coisas da vida é ampliar a nossa visão. Para isso, viajamos.

O Panorama existe para compartilhar com você as experiências que ampliaram a nossa visão em Zürich — as impressões e os aprendizados sobre branding, design, tecnologia, marcas locais, arquitetura e arte que tivemos na maior cidade da Suíça. O que você verá aqui é uma curadoria do que mais chamou a nossa atenção durante essa imersão.

É difícil falar de arte e curadoria sem lembrar do curador e historiador da arte suíço Hans Ulrich Obrist, nascido em Zürich. Ele, que tem uma série de livros com entrevistas excepcionais com artistas de todo o mundo (inclusive um volume dedicado a artistas brasileiros), é atualmente diretor artístico da Serpentine Gallery, em Londres.

Não temos a pretensão de fazer uma curadoria ao nível de Hans Ulrich Obrist. O Panorama é simples. É um trabalho artesanal, feito por amor ao processo. Nas próximas páginas, enquanto nossos olhos viajam juntos por Zürich, você perceberá que palavras como “precisão”, “processo” e “simplicidade” estão na essência do que nos atraiu. Esses valores são pilares da cultura suíça, que nos inspiram profundamente — a ponto de também serem fundamentos do nosso trabalho na NIRIN.

Esperamos que o Panorama contribua, de alguma forma, para ampliar a sua visão. Se algo aqui estimular em você uma nova maneira de enxergar, mesmo que seja uma pequena mudança, já terá valido a pena.

Boa leitura!
Daniel, Régis e Thiago.

Somos a NIRIN

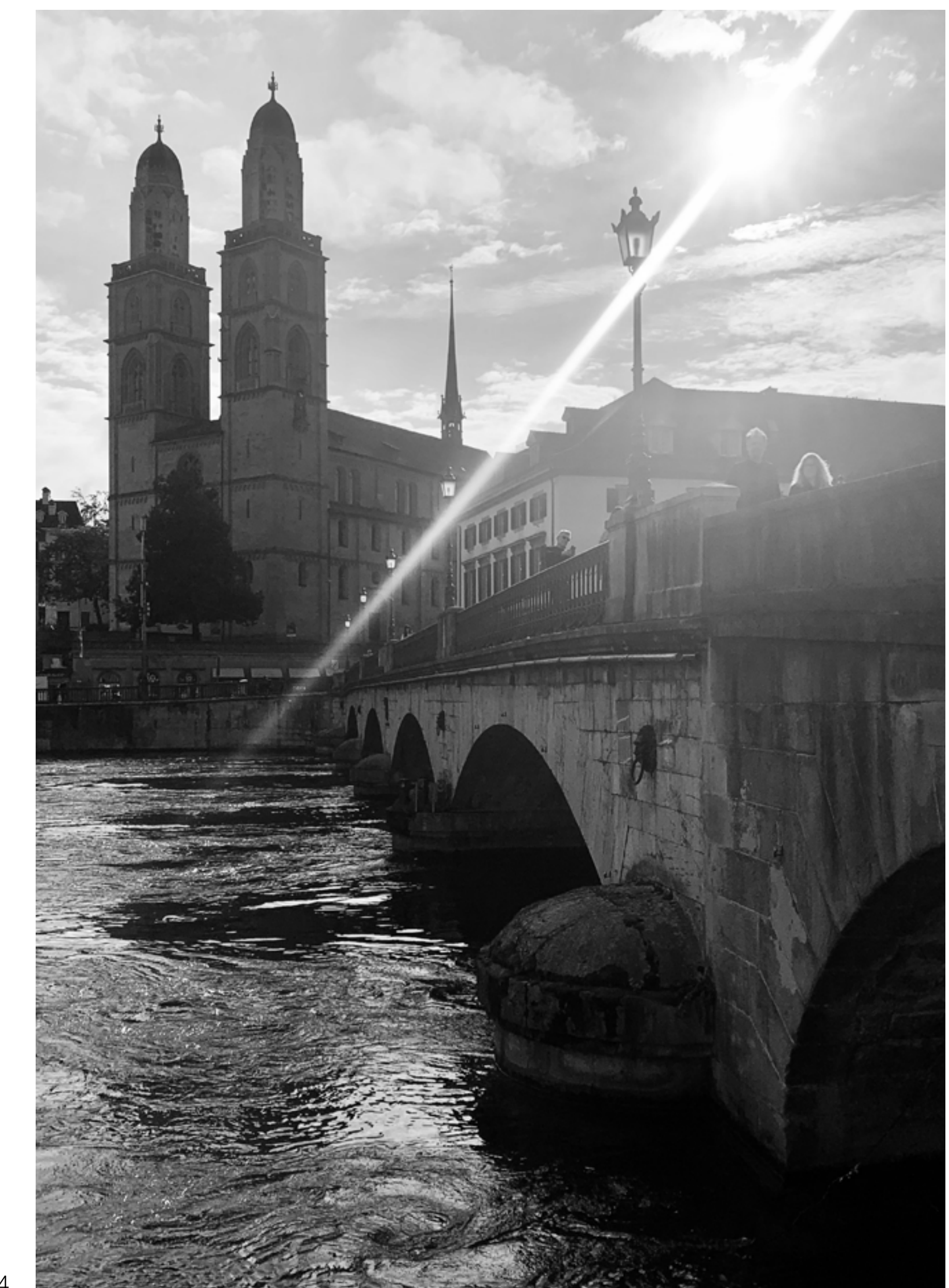
Somos a NIRIN, uma consultoria de branding que constrói marcas relevantes para o futuro em um cenário cada vez mais complexo, conectado e incerto. Desenvolvemos soluções para empresas em diferentes estágios de desenvolvimento, seja para criar marcas do zero, revitalizá-las ou impulsioná-las. Nos diferenciamos pela entrega de soluções completas em estratégia, identidade e impacto de marca, apoiadas em nossos quatro pilares: responsividade, precisão, consistência e colaboração. Com o propósito de impactar o mundo positivamente, atuamos como parceiros estratégicos de marcas que desejam engajar e fidelizar seus stakeholders de forma clara, diferenciada e duradoura.



2 - Vista panorâmica de Zürich.

3 - NIRIN: Thiago Karsten (Head de Novos Negócios), Régis Montagna (CCO) e Daniel Skowronsky (CEO).

4 - Margens do Rio Limmat.



Suíça

Confoederatio Helvetica

É comum ver adesivos com as letras C e H colados nos vidros dos carros na Suíça. As iniciais também aparecem em selos, moedas antigas e ímãs de geladeira, formando a sigla do nome oficial do país: Confoederatio Helvetica, o nome em latim para Confederação Suíça. Esse termo se refere à organização de estados aliados e independentes — os cantões — que antecederam a Suíça moderna. A formação da Confoederatio Helvetica remonta a agosto de 1291.

O país que conhecemos quando visitamos Zürich é o resultado de um longo processo histórico, marcado por revoluções, guerras e acordos.

O Ato de Mediação de Napoleão Bonaparte, em 1803, deu início à Suíça “moderna”, então formada por 19 cantões autônomos e iguais, com uma assembleia legislativa comum. No entanto, a Suíça enfrentou as consequências da queda do regime napoleônico em 1814.

Um dos eventos mais importantes para a formação da Suíça atual foi o Congresso de Viena, em 1815, que reuniu as quatro potências vitoriosas sobre Napoleão — Rússia, Inglaterra, Prússia e Áustria — para reorganizar uma Europa em recuperação após um período conturbado de guerras e revoluções. Na ocasião, a independência da Confederação Suíça foi restabelecida com a incorporação dos cantões de Valais, Neuchâtel e Genebra, estabelecendo, assim, as fronteiras atuais da Suíça.

A organização do país em 26 cantões permanece até hoje.

A neutralidade como aspecto definidor da cultura

O Congresso de Viena também é considerado o ponto de partida para a neutralidade suíça, uma das características culturais definidoras da nação, que perdura até hoje. De acordo com o historiador Olivier Meuwly, essa neutralidade foi mais imposta do que escolhida. Segundo o Dicionário Histórico da Suíça, o Congresso de Viena adotou, em 20 de

março de 1815, uma declaração relativa à Suíça, reconhecendo que a neutralidade perpétua era do interesse dos Estados europeus, ao mesmo tempo em que garantia a integridade dos 26 cantões.

O último conflito armado em território suíço foi a Guerra de Sonderbund, em 1847, entre os cantões protestantes e católicos.

O conflito durou apenas um mês e, desde então, a neutralidade se consolidou como um princípio definidor da Suíça. Durante a Guerra Franco-Prussiana, de 1870, o país declarou-se neutro, mantendo essa posição também nas duas Guerras Mundiais e na Guerra Fria.

De acordo com o historiador Olivier Meuwly, em entrevista dada ao Swiss Info, “o aspecto humanitário também dá substância a essa neutralidade”. Vale lembrar que o Movimento Internacional da Cruz Vermelha surgiu em 1863, em Genebra, com o propósito de aliviar o sofrimento daqueles afetados por conflitos armados a partir da segunda metade do século XIX.

O status de neutralidade da Suíça foi formalizado com a adesão do país à Convenção de Haia em 1907, sendo reconhecido pelo direito internacional.

Um exemplo prático da neutralidade suíça no dia a dia de Zürich é a convivência harmoniosa entre culturas e nacionalidades diversas. A cidade, conhecida por ser uma das principais metrópoles financeiras do mundo, abriga uma grande variedade de empresas internacionais e instituições globais, como bancos, organizações humanitárias e centros de pesquisa. Em uma caminhada por Zürich, é comum ver pessoas de diferentes origens e idiomas interagindo de forma respeitosa e integrada. Essa neutralidade é refletida, por exemplo, na forma como o país oferece apoio a cidadãos de várias nacionalidades, mantendo uma postura imparcial em questões políticas internacionais e promovendo um ambiente inclusivo.

5



Indicadores relevantes do país

A Suíça é um dos países mais desenvolvidos do mundo, com uma reputação sólida construída sobre estabilidade, instituições políticas e financeiras robustas e comunidades dinâmicas em investimento e inovação.

O país se destaca como uma das economias mais competitivas do mundo, ocupando o segundo lugar no ranking global de competitividade de 2024 do IMD (IMD World Competitiveness Ranking). Esse índice avalia 67 economias em oito grandes regiões, abrangendo diferentes tamanhos populacionais e PIBs, e oferece uma visão completa do desempenho econômico global. A Suíça brilha especialmente pela infraestrutura de alta qualidade, ambiente regulatório favorável e foco em inovação, consolidando-se como referência em competitividade e resiliência econômica.

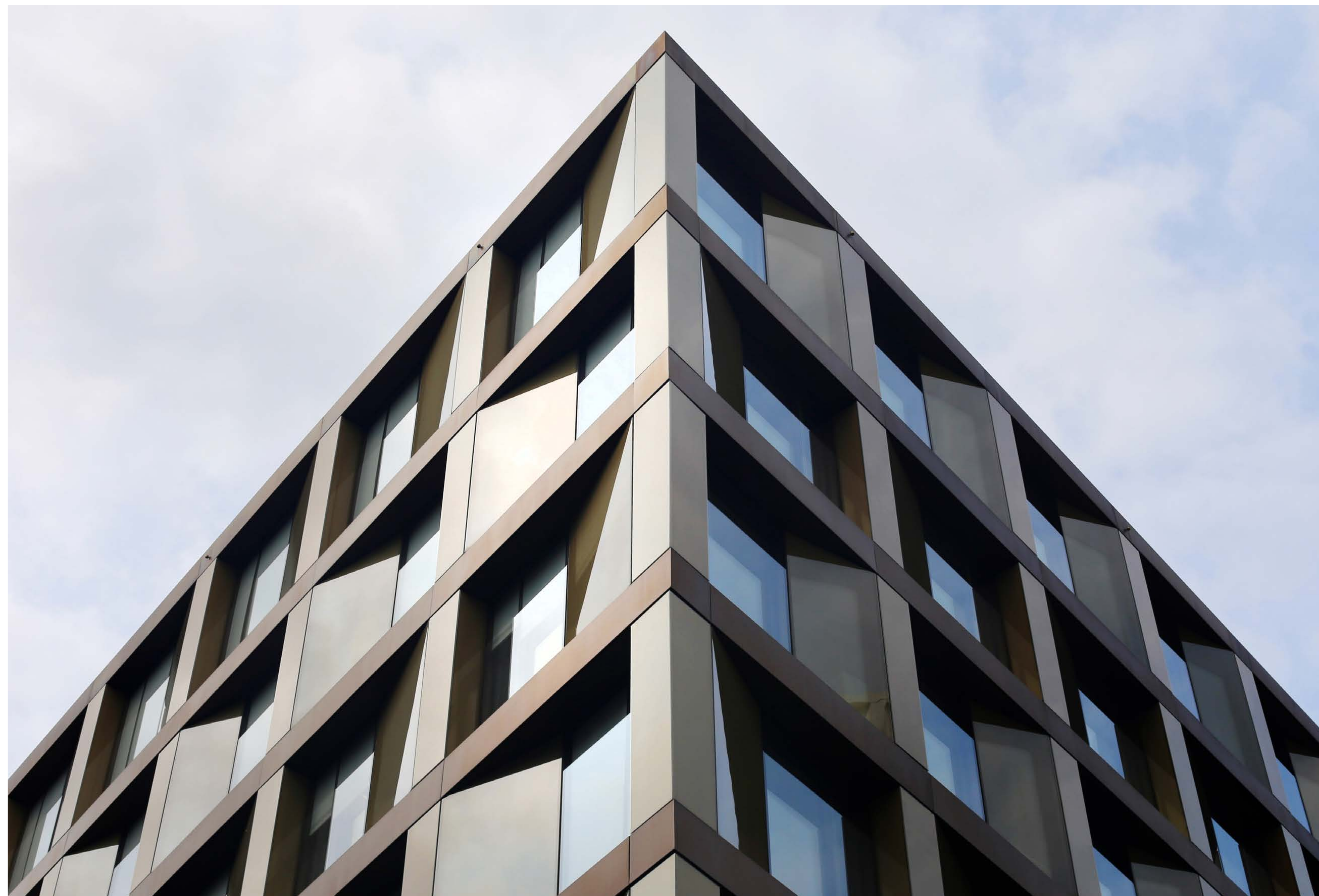
A Suíça também lidera em qualidade de vida, alcançando o maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do mundo em 2023 e 2024. O IDH é medido com base em três parâmetros — saúde, renda e educação —, nos quais a Suíça apresenta desempenho de excelência. Desde a criação desse índice, em 1990, o IDH suíço cresceu de 0,851 para 0,967.

Embora situada no coração da Europa e integrante do Tratado de Schengen, que permite a livre circulação de pessoas, a Suíça optou por não fazer parte da União Europeia nem da Zona do Euro, preservando sua própria moeda, o franco suíço.

De acordo com o ranking do Fundo Monetário Internacional (FMI) de 2024, a Suíça é a terceira nação mais rica do mundo, com um PIB *per capita* de US\$ 105,6 mil, logo atrás da Irlanda (US\$ 106 mil) e de Luxemburgo (US\$ 131,3 mil), que lidera o ranking.

Com cerca de 8,7 milhões de habitantes, a população suíça mais que dobrou desde o início do século XX. Segundo o Escritório Federal de Estatística, a imigração é um dos principais fatores desse crescimento: atualmente, um quarto da população é composta por imigrantes. O multilinguismo é outra característica marcante do país, que possui quatro idiomas oficiais: alemão, francês, italiano e romanche.

6





7

12 datas importantes na história da Suíça

1291 - Confoederatio Helvetica

Os três primeiros cantões formaram uma aliança contra os Habsburgos, dando origem à Confoederatio Helvetica, considerada o nascimento da Suíça.

1601 - Relógio Suíço

Devido a regras religiosas que forçaram os joalheiros de Genebra a mudar de ofício, foi criada a primeira associação de relojoeiros do mundo, dando origem a um dos maiores ícones do país: o relógio suíço.

1848 - Nova Constituição

Após a Guerra de Sonderbund, que durou um mês em 1847, foi estabelecida uma nova constituição que transformou a Suíça em uma federação, mantendo a organização por cantões, mas com um parlamento federal e uma sede de governo em Berna, a capital até hoje.

1850 - Franco Suíço

Uma das primeiras medidas do novo governo federal foi a criação do franco suíço, que unificou as diversas moedas dos cantões.

1864 - Convenção de Genebra

Doze países assinaram o tratado que fundou a Cruz Vermelha, estabelecendo as regras sobre como tratar feridos de guerra. Genebra se tornou um símbolo mundial da paz.

1875 - Chocolate ao Leite

Talvez a invenção mais doce da Suíça, o chocolate ao leite foi criado pelo chocolatier Daniel Peter em Vevey.

1889 - Bandeira Suíça

Apesar de parecer simples, a bandeira suíça com a cruz branca sobre o fundo vermelho levou mais de quarenta anos para ser oficializada — um exemplo da precisão suíça aplicada ao design nacional.

1971 - Voto Feminino

A batalha pelo voto feminino foi finalmente vencida em nível federal em 1971, embora tenha levado mais vinte anos para que o último cantão aprovasse o direito de voto das mulheres.

2002 - Nações Unidas

A Suíça ingressou na ONU em 2002, 57 anos após a criação da organização.

2016 - Túnel de Base de Saint-Gotthard

Conhecida por sua geografia montanhosa, a Suíça construiu o Túnel de Base de Saint-Gotthard, o túnel ferroviário mais longo do mundo, com 57 km de extensão.

2019 - Greve Nacional das Mulheres

Em 14 de junho de 2019, milhares de mulheres suíças participaram de uma greve nacional para protestar contra a desigualdade de gênero e exigir melhores condições salariais, igualdade e respeito. Foi um dos maiores movimentos de protesto no país desde a década de 1990.

2021 - Aprovação da Lei do Casamento Igualitário

Em um referendo nacional, a Suíça aprovou a legalização do casamento entre pessoas do mesmo sexo. Essa decisão histórica permitiu que casais do mesmo sexo tivessem direitos legais de casamento iguais, incluindo a adoção e a fertilização *in vitro*.



8

7 - Bahnhofstrasse, vista da Paradeplatz.

8 - Contrarrótulo de Coca-Cola suíça.

Willkommen in Zürich

(Bem-vindo a Zürich)



Antes de chegarmos em Zürich, já sabíamos que era uma cidade vibrante. Mas só vivenciando é que tivemos a dimensão do cosmopolitismo dessa que é a maior e mais populosa cidade suíça, com 402 mil habitantes — ou 1,8 milhão, se considerarmos toda a região metropolitana. Localizada no Nordeste do país, no coração da zona germanófono, Zürich é a capital do Cantão de Zürich.

Após a Segunda Guerra Mundial, a cidade passou por um grande desenvolvimento econômico e urbano, ganhando influência global a partir da segunda metade do século XX. Hoje, é sede de muitos bancos importantes — como o UBS — e abriga instituições financeiras e organizações internacionais.

Em 2024, Zürich foi classificada como a terceira melhor cidade do mundo para se viver, de acordo com o Global Liveability Ranking da Economist Intelligence Unit. O ranking considera aspectos como estabilidade, saúde, cultura, meio ambiente, educação e infraestrutura para avaliar a qualidade de vida urbana.

A cidade também conquistou o terceiro lugar no ranking The Top 20 Cities in the World, publicado na edição de julho/agosto de 2024 da Monocle, que baseia sua avaliação na Quality of Life Survey.

Pelos olhos de um suíço e de uma brasileira em Zürich

Enquanto planejávamos nossa viagem, combinamos de encontrar duas pessoas que fazem parte da nossa rede de contatos fora do Brasil.

Remy Fabrikant, um suíço, nos levou para caminhar pela cidade e compartilhou muito sobre a cultura e a história do país, oferecendo uma perspectiva local. Já Claudia Niemeyer, uma designer carioca que vive na Suíça desde 2020, nos revelou o olhar de uma brasileira morando por lá.

Aqui estão algumas coisas que aprendemos com eles, descritas mais ou menos como nos contaram.

Remy

Um lugar seguro para guardar dinheiro

A Suíça ganhou relevância quando Napoleão escolheu o país para guardar seu dinheiro em segurança, devido à sua localização estratégica e de difícil invasão. Ele implementou uma lei que consolidou a independência e a segurança do país, tornando-o um destino confiável para a proteção de riquezas. Para ilustrar a vasta quantidade de riquezas sob a responsabilidade do país, Remy nos conduziu em uma caminhada simbólica sobre os cofres da cidade. Percorremos o cruzamento de ruas na região bancária, literalmente em cima de um tesouro de cédulas, ouro, diamantes e muito mais.

Neutralidade

A neutralidade política da Suíça foi construída para preservar os investimentos da França e, posteriormente, de outros países. Embora politicamente neutro, o país nunca deixou de ser ativo economicamente. Essa evolução foi fundamental para o desenvolvimento do mercado financeiro suíço, tornando-o um dos mais respeitados do mundo.

10



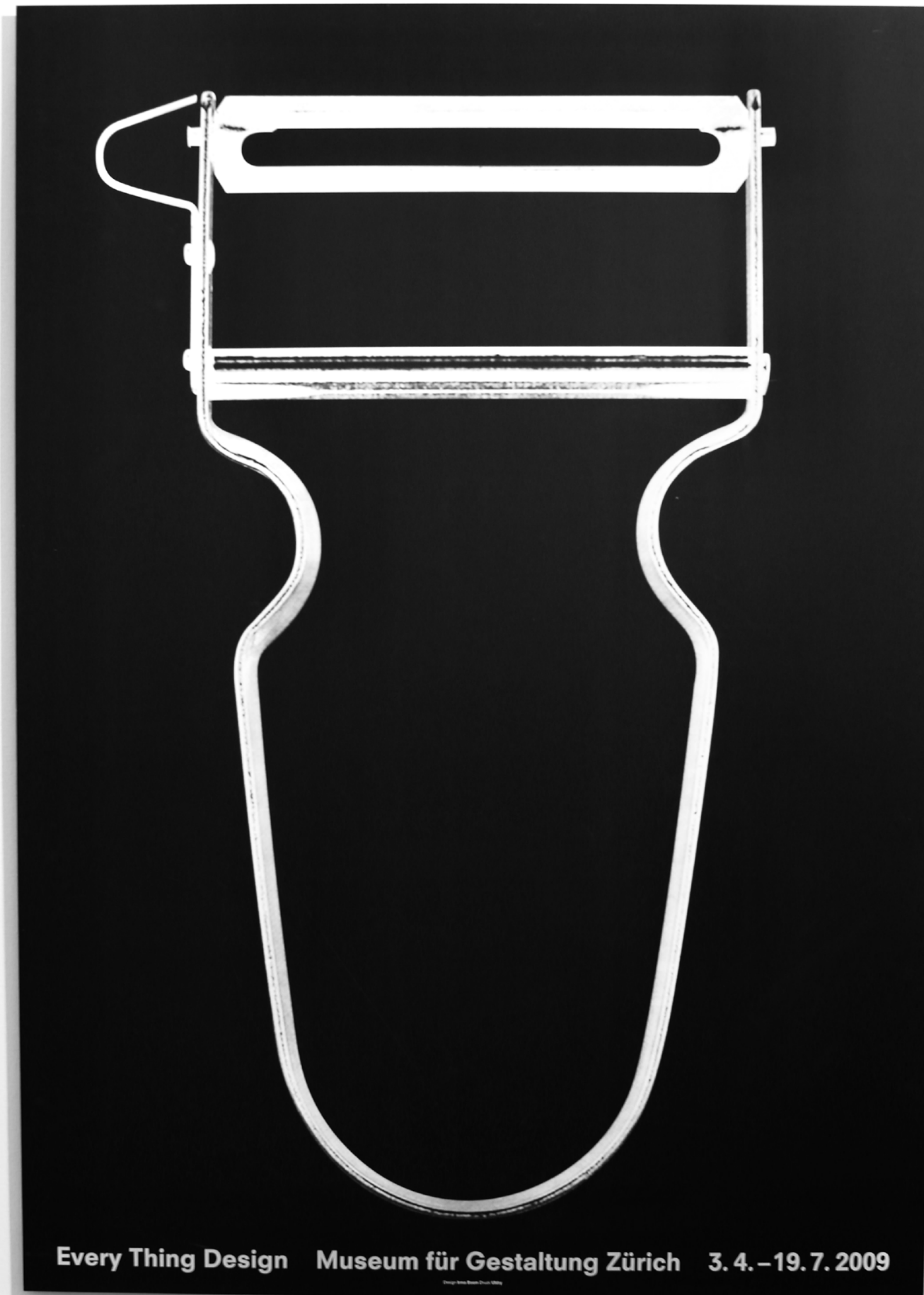
Qualidade de decisão

Na Suíça, todas as decisões são amplamente debatidas para garantir qualidade e consenso. As decisões só são tomadas quando se alcança um senso comum. Remy nos contou, por exemplo, que se um empreendimento imobiliário segue o padrão aprovado na cidade, ele pode ser construído sem restrições. No entanto, se o projeto foge desse padrão, ele precisa ser aprovado pela comunidade.

A Suíça é uma democracia direta, com apenas oito políticos à frente do país, mas na qual a comunidade vota em praticamente tudo. Embora o processo de tomada de decisões seja mais demorado, ele costuma ser mais assertivo. Quando um lado ganha, geralmente o outro apoia a decisão.

Tradição e modernidade

A cultura suíça valoriza profundamente suas tradições, mas o pensamento é moderno e está em constante atualização. A economia do país é liderada pelo setor de serviços — como finanças, seguros e turismo — seguido pela indústria, com destaque para os setores farmacêutico, químico e mecânico.



Julia Born (*1975, Schweiz)
Swiss Style / Internationale Grafik
2015

Irma Boom (*1960, Niederlande)
Every Thing Design
2009
* 5021



Claudia

Qualidade de vida

O grande diferencial de Zürich, na experiência da Claudia, é a qualidade de vida. Um exemplo simples do dia a dia que ela mencionou é o fato de seu filho de quatro anos voltar sozinho da escola, que fica próxima de sua casa. Claudia o observa apenas da janela enquanto ele atravessa a praça com segurança.

Cidade cosmopolita

Ela também nos falou sobre o espírito cosmopolita de Zürich, presente em cada canto da cidade.

Morando aqui, Claudia já conheceu pessoas de todas as partes do mundo, em uma cidade onde a noção de coletividade é profundamente enraizada.

Organização

O senso de organização e precisão dos suíços se reflete até mesmo no "design da rotina". Durante o horário de trabalho, o foco é total; fora dele, há tempo reservado para socialização e lazer. Cada coisa tem seu momento, e todos respeitam isso. Um exemplo curioso que ilustra esse ponto é a prática comum de evitar acionar a descarga entre 22h e 6h para não perturbar o sono dos vizinhos. Embora não seja uma regra oficial ou baseada em ciência, é um exemplo de como Zürich funciona como um corpo social que valoriza o respeito mútuo e a pontualidade.



Paixão pelo papel

Claudia nos falou como a cultura gráfica ainda faz parte desse país moderno e tecnológico, fazendo com que o setor público use o papel como uma grande forma de comunicação. Muito dessa realidade também nos chamou atenção nos catálogos robustos do comércio.

11 - Pôster no Museum für Gestaltung Zürich.

12 - Claudia Niemeyer.

13 - Pôster no Museum für Gestaltung Zürich.



14

Mobilidade

A cultura de inovação de Zürich também se reflete na mobilidade urbana. Os aplicativos de transporte público da ZVV e da SBB tornam os deslocamentos pela cidade muito mais fáceis, ajudando os usuários a compreender as rotas de trem e localizar as estações com praticidade.

A SBB CFF FFS, sigla da Schweizerische Bundesbahnen ou Caminhos de Ferro Federais, é a empresa ferroviária nacional da Suíça e uma marca que estava no nosso radar, antes mesmo de visitarmos Zürich, por ser uma das mais admiradas e valiosas do país. Para se ter uma ideia, o brand awareness da SBB é próximo de 100%, com atributos como confiabilidade e pontualidade frequentemente mencionados por quem conhece a marca.

Não é exagero dizer que a SBB é a espinha dorsal do transporte público suíço, desempenhando um papel essencial na economia e no cotidiano do país.

Além dos trens, que são a maneira mais eficiente de se deslocar por Zürich, é possível utilizar *trams* (bondes), táxis, Uber ou bicicletas — estas

últimas disponíveis em um serviço público de aluguel, com estações em pontos estratégicos da cidade.

15



Carros elétricos

Os carros elétricos já fazem parte da realidade de Zürich. Duas marcas em particular chamaram nossa atenção: Microlino e Clyde.

Microlino

Microlino é um projeto de design premiado, com engenharia suíça e fabricação italiana. É um carro compacto, ideal para o trânsito urbano, com dois lugares e autonomia de até 228 km sem precisar recarregar. Ele atinge a velocidade máxima de 90 km/h e pesa apenas 496 kg. Fabricado pela Micro, o Microlino nasceu de um questionamento muito atual: Quanto você realmente precisa do carro para seu trajeto diário?

Clyde

A Clyde oferece um serviço de assinatura de carros elétricos com preço fixo, que inclui tudo que é necessário para dirigir sem preocupações, como seguro, manutenção e taxas. A empresa se posiciona como “A eletromobilidade do futuro” e disponibiliza veículos de marcas como Tesla, Volkswagen, Audi e Skod.

14 - Ponte Quaibrücke.

15 - Estação de trem em Zürich.

16 - Carro elétrico Microlino.



16

Inovação suíça

17 - Fachada do Technopark.

18 - Fachada do escritório do Google em Zürich.

19 - Interior do centro comercial Puls 5.

18



O sistema educacional de Zürich atende mais de 22 mil alunos de 120 países. Esse foco em educação voltada para tecnologia, pesquisa e ciência de ponta, profundamente enraizado na cultura suíça e visivelmente colocado em prática em Zürich, é apontado como o principal fator para o país estar no topo do Global Innovation Index há treze anos consecutivos — à frente de Estados Unidos, Suécia, Reino Unido e Holanda.

Alexander Konovalov, CEO e fundador da vidby, uma empresa suíça especializada em tradução e dublagem de vídeos com inteligência artificial, destaca o sistema educacional como o fator número um desse sucesso em artigo publicado na Forbes. Em sua lista de sete fatores, Konovalov também menciona a estabilidade política, que garante um ambiente propício para o setor produtivo, e a localização geográfica do país.

O fato é que a Suíça é considerada o país mais inovador do mundo, segundo o ranking da World Intellectual Property Organization (WIPO), a agência das Nações Unidas voltada para inovação.

Outro ranking que coloca a Suíça como o país mais inovador — desta vez entre os países europeus que não fazem parte da União Europeia — é o European Innovation Scoreboard, publicado pela Comissão Europeia.

A Suíça tem diversas iniciativas para manter esse alto padrão de inovação, como a Switzerland Innovation, que também aponta a educação como um dos principais fatores de sua capacidade inovadora. A missão da fundação é conectar as universidades suíças com as empresas, promovendo a troca entre ciência e mercado para o desenvolvimento de produtos e serviços de ponta.

19



A universidade

O Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH Zürich), o Instituto Federal de Tecnologia de Zürich, é uma universidade pública fundada em 1854 com a missão de formar engenheiros e cientistas. A instituição é fortemente focada em ciência, tecnologia, engenharia e matemática.

Ao longo de sua história, o ETH Zürich já formou 22 vencedores do Prêmio Nobel, dois medalhistas Fields, três vencedores do Pritzker e um ganhador do Prêmio Turing. Para destacar sua relevância global, no Times Higher Education World University Rankings 2024, que avaliou 1.907 universidades de 108 países, o ETH Zürich alcançou a 11ª posição, ficando atrás apenas de instituições como Yale, Harvard, MIT, Stanford e Oxford.

Com forte atuação em áreas como inteligência artificial e robótica, o ETH Zürich forma muitos profissionais em disciplinas de inovação e tecnologia, o que atrai gigantes como Disney e Google para Zürich.

O Disney Research Studios, por exemplo, tem uma parceria acadêmica com o ETH Zürich. Localizado a poucas quadras do instituto, é o único estúdio de pesquisa e desenvolvimento da Disney fora dos Estados Unidos. Muitos dos efeitos especiais inovadores que vemos nos filmes da Disney e Pixar foram desenvolvidos lá.

O Google também estabeleceu em Zürich seu maior escritório na Europa, com cerca de 2 mil colaboradores. Além da qualidade de vida e da beleza natural da cidade, o ETH Zürich serve como um importante hub de novos talentos em tecnologia — muitos dos quais acabam trabalhando no Google.

Um aluno chamado Albert

Em outubro de 1896, um aluno chamado Albert Einstein iniciou seus estudos no ETH Zürich. Aos 17 anos, ele era um dos mais jovens da turma. Surpreendentemente, Einstein não se destacou na universidade — em 1899, mal frequentava as aulas de Física!

Foi graças às anotações de seu amigo Marcel Grossmann que ele conseguiu concluir sua graduação aos 21 anos. No entanto, aos 33 anos — já mais responsável e com dezenas de artigos publicados e experiência profissional — Einstein retornou ao ETH como professor de Teoria da Física. Com seu amigo Grossmann, que também lecionava no ETH, lançou em 1913 o primeiro esboço da Teoria Geral da Relatividade.

17



10

Marcas e negócios

Em nossa visita a Zürich, pudemos vivenciar, na prática, o alto nível de desenvolvimento das marcas suíças. Antes da viagem, já sabíamos que a Suíça era amplamente reconhecida como a nação das marcas premium, com nomes como Rolex, Nestlé e o grupo financeiro UBS Group AG, cuja sede fica em Zürich, entre as mais valiosas do país.

Explorando a cidade, encontramos diversas marcas locais que traduzem a capacidade produtiva suíça ao combinar qualidade e inovação. Três dessas marcas nos chamaram especialmente a atenção.

A primeira é a Zuriga, que desde 2016 se destaca na fabricação de máquinas de espresso de alta qualidade, projetadas e produzidas localmente, com um design minimalista e alto desempenho, que levam o espírito da cultura do café diretamente para as casas suíças.

Outra marca que nos impressionou foi a Soeder, especializada em cosméticos naturais. Operando de forma sustentável, a Soeder tem uma fábrica ecologicamente responsável e utiliza embalagens de vidro reutilizáveis, refletindo um forte compromisso com o meio ambiente. Seus produtos têm uma filosofia de pureza e cuidado, com ingredientes naturais que transformam a rotina de cuidados pessoais em uma experiência especial e sustentável.

Por fim, a Sprüngli é uma das mais tradicionais confeitarias suíças, dedicada desde 1836 à arte da confeitaria de alto padrão. Famosa por seus Luxemburgerli, uma versão sofisticada dos macarons franceses, a Sprüngli encanta com suas criações delicadas e sabores únicos, que vão do clássico chocolate suíço à framboesa. A marca se destaca pelo compromisso com a autenticidade e a qualidade, utilizando métodos artesanais e ingredientes selecionados para manter a excelência suíça em cada produto.

Além de consumir produtos dessas marcas, tivemos a oportunidade de visitar seus negócios locais e conversar com profissionais que admiramos. Eles nos receberam com muita acessibilidade e compartilharam sobre os modelos de negócios e as culturas das empresas, tornando nossa experiência ainda mais enriquecedora e inspiradora.

20 - Loja da Soeder, marca de produtos de cuidados naturais.

21 - Embalagem antiga da Nestlé exposta no Lindt Home of Chocolate.

22 - Fachada da Sprüngli, marca de chocolates suíços.

22

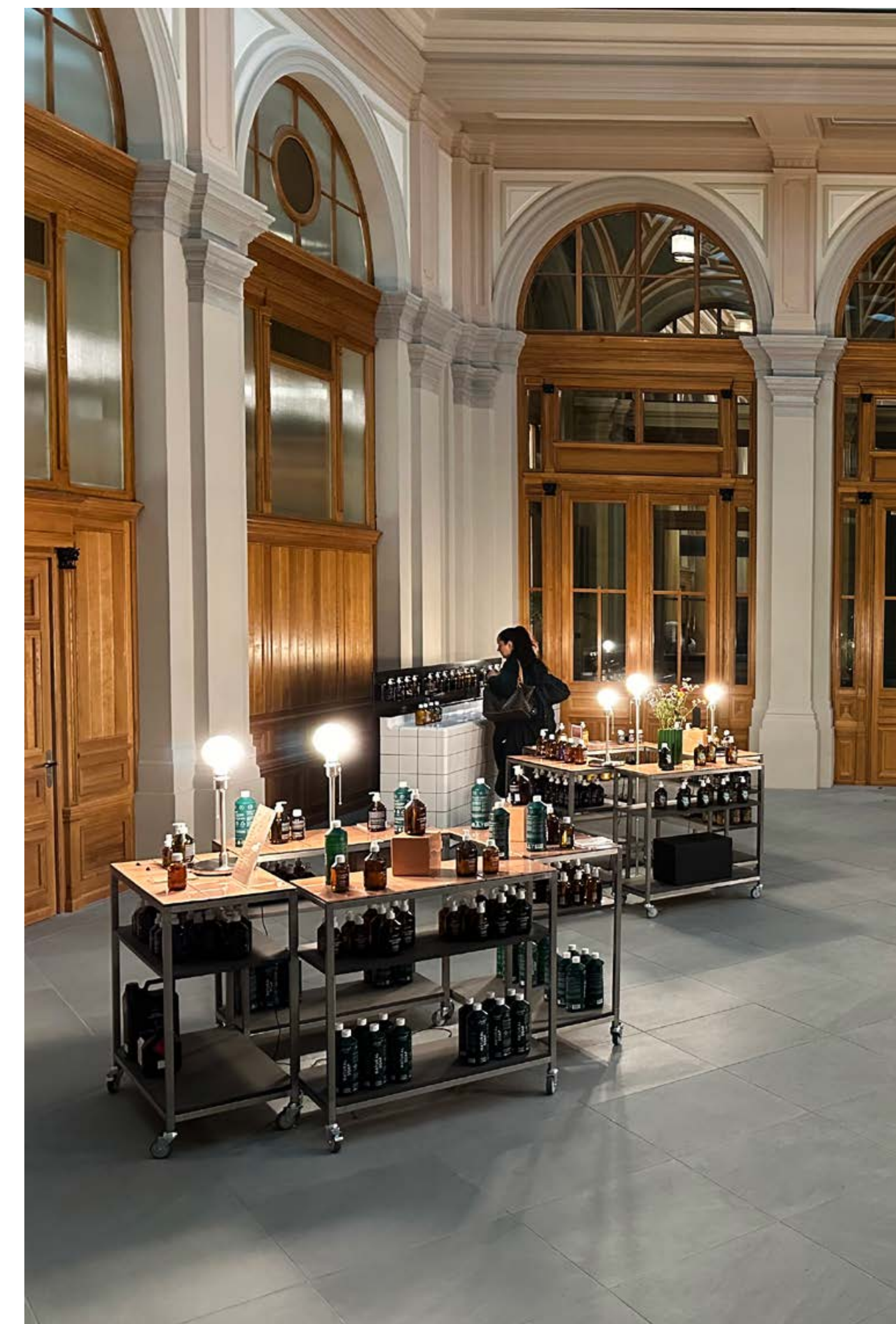


23 - Interior da loja do Landesmuseum Zürich.

24 - Fachada do banco UBS.

25 - Produtos da Zuriga, marca de máquinas de café.

23



20



21



24



25



26



28



30



27



31



29



32



34



33



35



36

26 - Interior da Lindt Home of Chocolate.

27 - Fachada da marca suíça de produtos reciclados Freitag.

28 - Fachada do Coop, rede de supermercados.

29 - Fachada da Pelikamo, marca suíça de moda masculina.

30 - Embarque da Swiss International Air Lines no aeroporto de Zürich.

31 - Detalhe do Hittl, o restaurante vegetariano mais antigo do mundo.

32 - Interior da cafeteria MAME.

33 - Cerveja suíça Bünzli Bux.

34 - Fachada da John Baker, padaria de Zürich.

35 - Fachada do Migros, rede de supermercados suíça.

36 - Interior do centro comercial Bridge.

No mundo de Tyler Brûlé

A Monocle é uma referência cultural e de negócios que seguimos há muitos anos. O fato de a Winkorp – grupo que inclui a Monocle e a agência de branding Winkreative – ter sua sede em Zúrich, onde vive atualmente o jornalista e fundador Tyler Brûlé (também fundador da Wallpaper), foi um dos motivos que nos levou a escolher a cidade como destino.

A habilidade da Monocle de identificar tendências, abordar temas relevantes e redefinir conceitos como qualidade de vida no mundo contemporâneo faz da publicação uma fonte inestimável de insights sobre branding, design, cultura e negócios.

Visitamos a Monocle e a Winkreative e tivemos a oportunidade de conversar com Tyler Brûlé no café localizado no primeiro andar do prédio, próximo ao estúdio onde são gravados episódios de podcasts da Monocle. Ele nos contou um pouco sobre a história da empresa e a filosofia por trás da publicação.

Uma breve história da Monocle

Fundada em Londres em 2007, a Monocle é, acima de tudo, uma revista física, uma publicação impressa que se mantém cada vez mais relevante, apesar da crise que abalou a mídia impressa nos últimos anos. O jornalismo de alta qualidade e o valor do impresso são pilares defendidos por seu criador, Tyler Brûlé, e é graças a esses princípios que a publicação construiu um público fiel.

Isso permitiu que a Monocle se expandisse para um ecossistema que hoje inclui lojas físicas, cafés, a Monocle 24 (uma rádio com diversos podcasts de qualidade), edições especiais de verão e outros produtos editoriais, eventos e produção de vídeos.

A Monocle produz editorias de assuntos internacionais, negócios, cultura, design, entretenimento e moda e artigos especiais sobre temas como viagens, transporte e lifestyle. Com edições mensais que oferecem análises atuais com uma abordagem atemporal, é uma publicação que pode ser relida meses depois como fonte de pesquisa em diversos temas.

37 - Exemplar da revista Wallpaper + exemplar da revista Monocle.

38 - Fachada da Monocle Shop & Café.

Em resumo, é uma referência global com profundidade editorial e um alto padrão tanto no conteúdo quanto na forma.

Essa qualidade também se estende aos projetos editoriais publicitários e anúncios, muitos deles criados pela Winkreative, que mantêm o nível de excelência da revista.

Monocle + Winkreative O casamento de conteúdo editorial e branding

A história de empreendedorismo de Tyler Brûlé começou em 1996, quando ele fundou a Wallpaper, revista de arquitetura e design, aos 28 anos.

A inspiração para criar a Wallpaper veio de uma necessidade pessoal. Canadense vivendo em Londres na época, Brûlé queria reformar o interior de sua casa após encerrar sua carreira como jornalista de guerra, mas não encontrou nenhuma publicação que refletisse seu gosto.

37



38

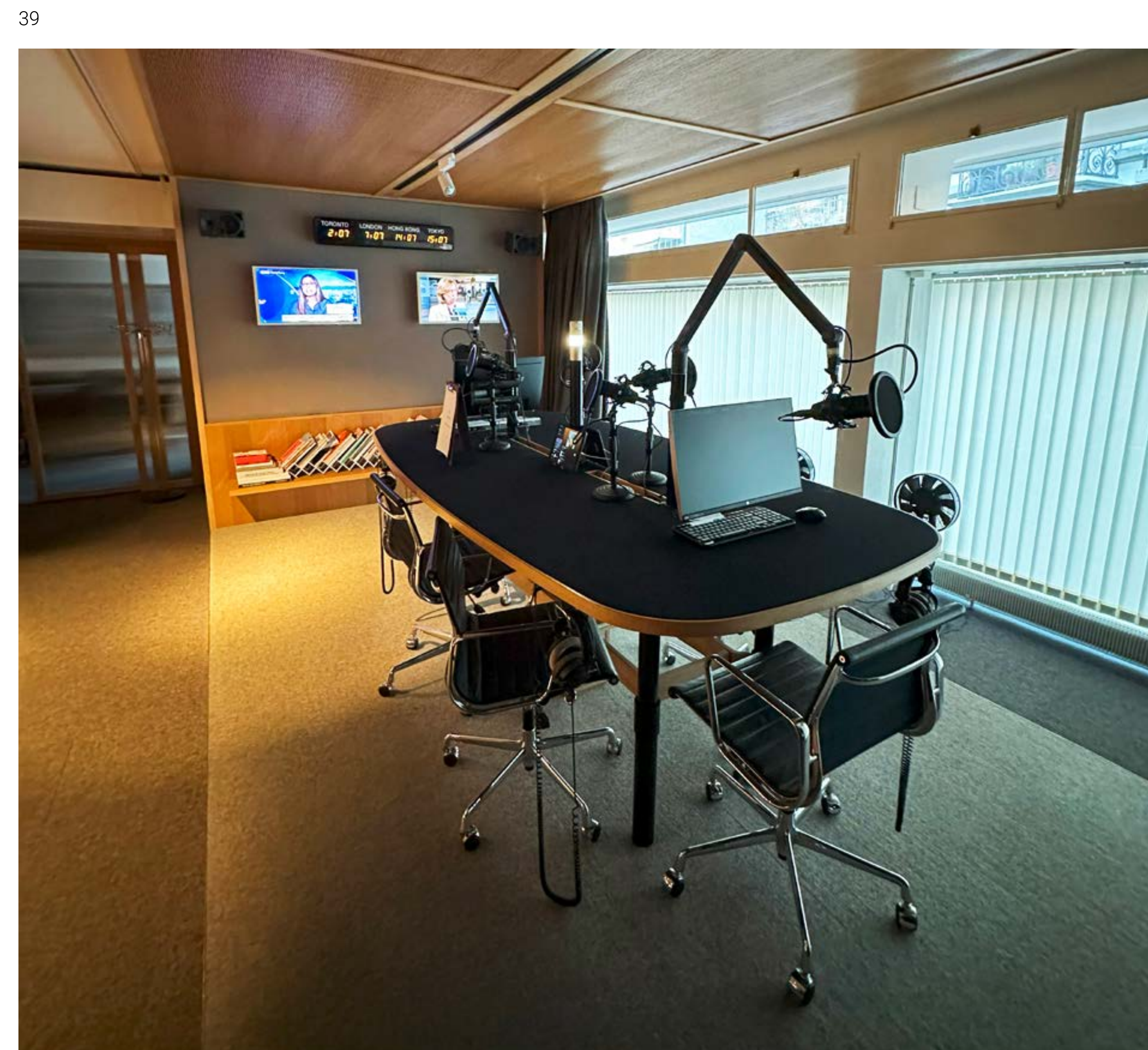


A decisão de lançar a revista que ele gostaria de ler, mas que ainda não existia, levou à criação da Wallpaper e, anos depois, da Monocle.

Desde seu lançamento, a Wallpaper causou um grande impacto na indústria, trazendo design e arquitetura com uma atenção aos detalhes e profundidade, enquanto proporcionava uma experiência de leitura agradável e inspiradora. Na época, não havia nada parecido, e desde então muitas revistas foram criadas inspiradas na Wallpaper. Em 1997, Brülé vendeu a publicação para a Time Warner, permanecendo como editor-chefe até 2002.

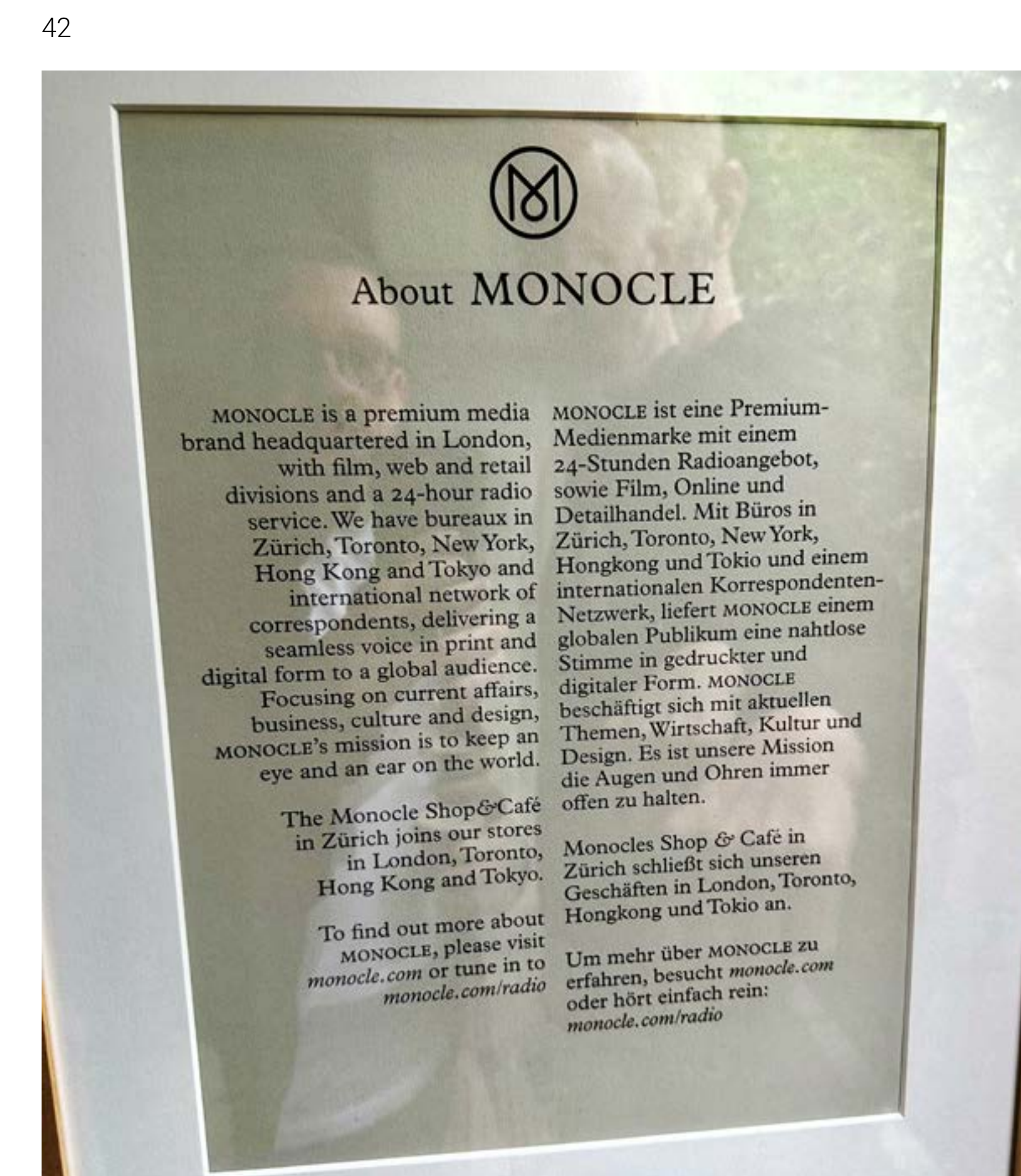
Antes de lançar a Monocle, em 2007, Brülé fundou a Wink Media, predecessora da Winkreative, que trabalhou com clientes como Adidas, BMW e Nokia. Assim, quando a Monocle foi lançada, já havia o início de um ecossistema que conecta conteúdo editorial e branding de forma extremamente bem-sucedida.

Apesar de ser um projeto completamente diferente da Wallpaper, a Monocle também nasceu de uma visão particular de Tyler Brülé. Ele percebeu que as revistas estavam enxugando textos e histórias para competir com a velocidade da informação digital — e ele queria fazer exatamente o oposto. A Monocle traz informações profundas e oferece uma experiência prazerosa para quem a lê de capa a capa — como explorar um novo lugar e conhecer pessoas interessantes por meio da experiência física do impresso.



A estratégia financeira da Monocle foca em uma base de leitores qualificada. Não é uma mídia de massa, mas uma publicação que atrai marcas de luxo, como a suíça Rolex, ou grandes marcas que buscam alcançar seus consumidores entre os leitores da Monocle. Para garantir que as marcas sejam apresentadas com o mesmo nível de qualidade editorial da Monocle, existe a Winkreative, agência criativa fundada por Brülé, que compartilha o QG em Zúrich e tem escritórios em outras cidades, sendo o de Londres o principal.

Tyler Brülé desempenha um papel fundamental tanto na Monocle quanto na Winkreative. Ele personifica as duas marcas e a conexão entre elas — unindo qualidade de conteúdo com uma visão de negócios aguçada. Durante nossa conversa, ele se mostrou muito atualizado sobre o Brasil, com conhecimento de marcas e arquitetos brasileiros em destaque no cenário atual.



39 - Estúdio da Monocle.

40 - Produtos do Monocle Shop & Café.

41 - Interior do Monocle Shop & Café.

42 - Texto de apresentação.

43 - Escritório da Monocle.

44 - Produtos do Monocle Shop & Café.

45 - Produtos do Monocle Shop & Café.

46 - Produtos do Monocle Shop & Café.

ON

Talvez você tenha notado alguém usando um tênis da On recentemente — uma marca suíça contemporânea com um design inconfundível. Somos grandes admiradores dos produtos da marca e, estando em Zürich, não poderíamos deixar de visitar a sua sede — um prédio muito moderno, onde é possível conhecer o negócio de perto.

Segundo a The Business of Fashion, a On passou por uma rápida transição: de uma marca de tênis de alta performance não convencionais para uma das marcas de calçados mais reconhecidas mundialmente em pouquíssimo tempo. Lançada em 2010, a marca suíça ganhou credibilidade tanto entre corredores de elite quanto entre um público fashionista fiel. Esse sucesso foi impulsionado pelo apoio de Roger Federer, lenda do tênis, que é acionista e o principal embaixador da marca.

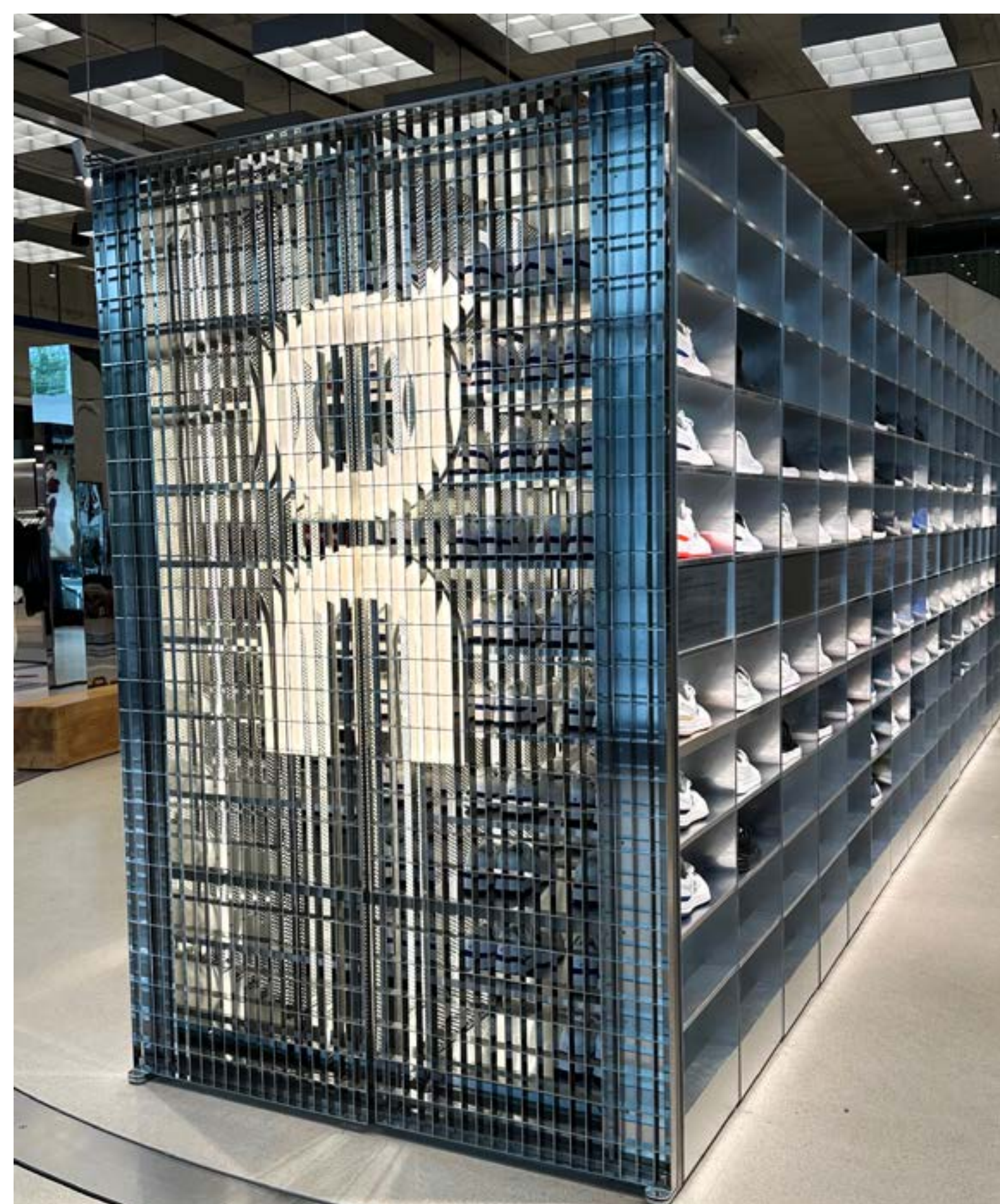
Presente em mais de 55 países, a On foi fundada pelo ex-atleta e campeão de Ironman Olivier Bernhard juntamente com seus amigos David Allemann e Caspar Coppetti. A marca construiu uma reputação sólida ao focar em um nicho com uma base de seguidores leais antes de expandir agressivamente para o atacado — ao contrário de muitas empresas esportivas que adotaram uma estratégia direta ao consumidor (DTC) desde o início. Essa abordagem estratégica se mostrou eficaz: o valor de mercado da empresa está em torno de US\$ 16 bilhões.



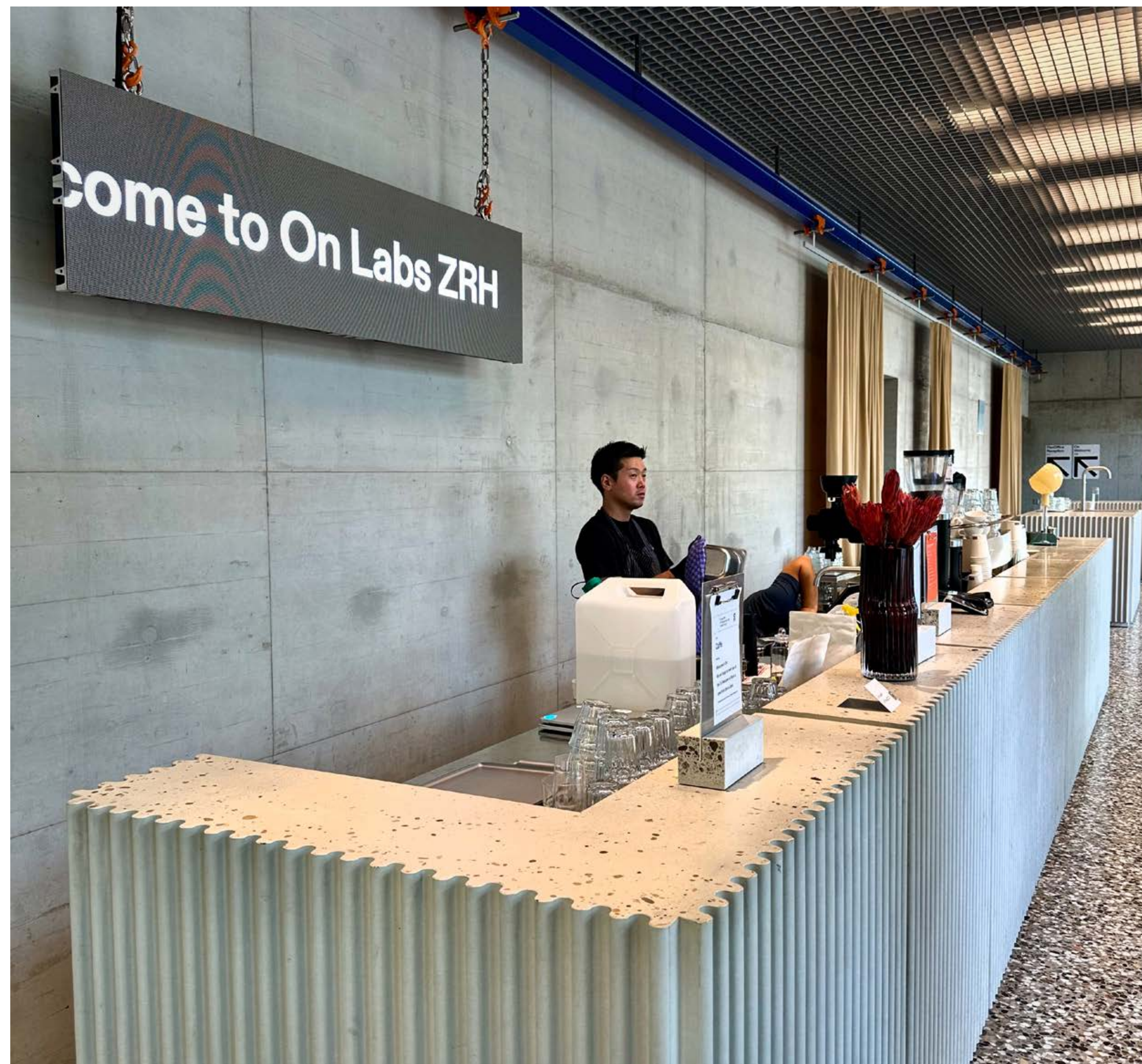
47



48

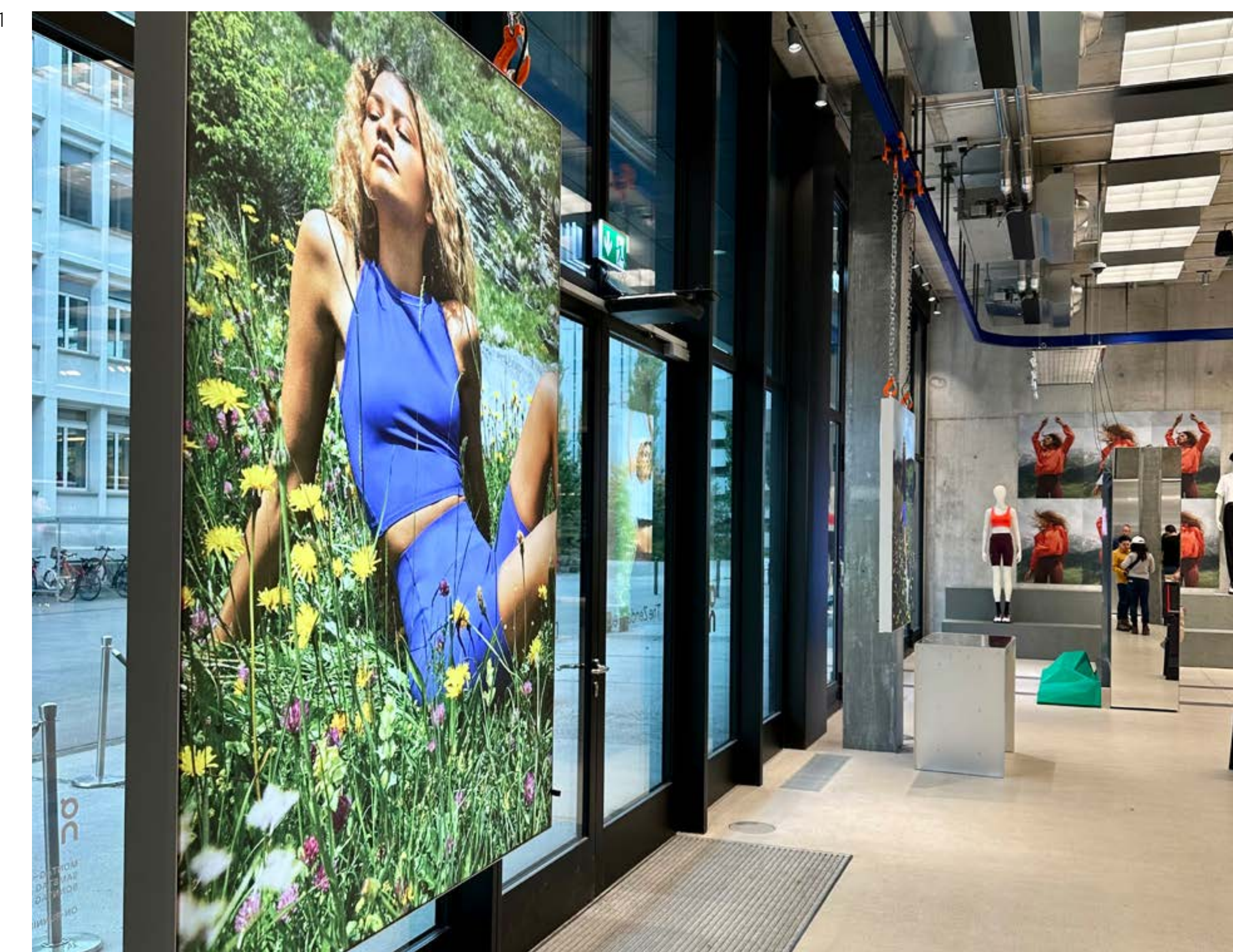


49



50

51



47 - Exterior do edifício da On.

48 - Edifício da On.

49 - Interior da loja da On.

50 - Recepção do edifício da On.

51 - Interior da loja da On.



52

Arquitetura e urbanismo

Ao caminhar por Zürich, ficamos fascinados com a mistura de tradição da arquitetura suíça com as manifestações da arquitetura contemporânea de uma cidade globalizada — com obras assinadas por importantes arquitetos de diferentes nacionalidades.

No centro da cidade, é comum encontrar edifícios medievais bem preservados, como a igreja Fraumünster, construída no século IX. Durante uma renovação no século XX, a igreja recebeu vitrais criados pelos artistas Marc Chagall e o suíço Augusto Giacometti. Do outro lado do Rio Zürich, está a Grossmünster, uma igreja reformada de tradição evangélica, que oferece uma vista deslumbrante de suas torres com os Alpes ao fundo.

O bairro Zürich-West é conhecido por suas construções contemporâneas. Antigas fábricas e armazéns foram revitalizados e transformados em espaços culturais, residenciais e comerciais, com uma vibrante cena de bares e restaurantes. É o bairro mais efervescente de Zürich — e vale a pena visitá-lo mais de uma vez para sentir o lado mais cosmopolita da cidade.

52 - Fachada do Pavillon Le Corbusier.

53 - Interior do Landesmuseum Zürich.

54 - Fachada da igreja Fraumünster.

Le Corbusier

O arquiteto e urbanista Charles-Édouard Jeanneret, mais conhecido como Le Corbusier, é uma das maiores referências do pensamento que relaciona a existência humana com a sociedade industrial. Sua abordagem revolucionária resultou em uma síntese arquitetônica que marcou o início da arquitetura moderna.

Nascido em 1887, em La Chaux-de-Fonds — na região francófona da Suíça, perto de Berna —, Le Corbusier realizou a maior parte de suas obras fora de seu país natal. Aos 29 anos, mudou-se para a França, onde se naturalizou em 1930.

Em seu livro “Vers une architecture” (“Por uma arquitetura”), Le Corbusier estabeleceu as bases do movimento arquitetônico moderno, que valorizava a funcionalidade acima de tudo. Outro aspecto fundamental de sua obra foi a rejeição das características histórico-nacionalistas estritas, o que mais tarde influenciou o International Style, movimento em que o arquiteto alemão Mies van der Rohe, com seus grandes arranha-céus espelhados, como o Seagram Building, em Nova York, se destacou.

Le Corbusier também foi um visionário no campo do urbanismo. Ele foi um dos primeiros a reconhecer a necessidade de atualizar o planejamento urbano diante da crescente popularidade dos automóveis nas cidades.

Visitar a Casa Le Corbusier — uma galeria de arte encomendada pela galerista e colecionadora suíça Heidi Weber — é uma verdadeira imersão nas origens da arquitetura moderna. Uma experiência indispensável para quem deseja conhecer *in loco* o berço das ideias desse gênio visionário.

Suas ideias abriram caminho para uma nova era da arquitetura, inspirando gerações de arquitetos ao redor do mundo — uma influência que pode ser vista até mesmo em Brasília, nas obras de Oscar Niemeyer, como os edifícios erguidos sobre pilotis, por exemplo.

Um ícone da cultura suíça, o retrato de Le Corbusier estampa as notas de dez francos.

David Chipperfield

O arquiteto David Chipperfield desempenhou um papel significativo na arquitetura de Zürich, sendo responsável pela recente expansão do museu Kunsthaus Zürich. David nasceu em Londres, em 1953, e estudou arquitetura na Kingston School of Art e na Architectural Association School of Architecture. Antes de abrir seu próprio escritório, trabalhou com renomados arquitetos como Douglas Stephen, Norman Foster e Richard Rogers.

Em 1985, fundou a David Chipperfield Architects, que hoje possui operações em cinco cidades: Londres, Berlim, Milão, Xangai e Santiago de Compostela. Entre 2008 e 2020, Chipperfield liderou a expansão do Kunsthaus Zürich, o maior museu de arte da Suíça, localizado entre a igreja Grossmünster e a universidade. O museu agora é composto por quatro edifícios de diferentes eras: o Moser, de 1910; o Pfister, de 1958; o Müller, de 1976; e a nova ala projetada por Chipperfield, finalizada em 2020, totalmente integrada à estrutura antiga.

A identidade arquitetônica do novo edifício foi inspirada nas fachadas de pedra, uma característica já presente nas construções anteriores do Kunsthaus e em muitos prédios públicos importantes de Zürich.

Em entrevista ao site designboom em 2014, Chipperfield resumiu sua visão de arquitetura: “A única coisa que você não pode fazer na arquitetura, pelo menos na minha opinião, é limitar seu pensamento a um estilo ou material; você precisa ser responsivo às circunstâncias de cada projeto”.

Em 2023, David Chipperfield foi agraciado com o Prêmio Pritzker, a mais importante honraria da arquitetura mundial.



53



54

Arte em todo lugar

Zürich abriga mais de 60 museus, galerias e espaços dedicados à arte. Durante nossa visita, a cidade vivia um período de efervescência artística, com eventos como a Einfach Zürich e a Zürich Design Weeks. Vamos compartilhar um pouco das experiências artísticas com as quais tivemos contato durante nossa estadia.

Kronenhalle

Fundado em 1924, o Kronenhalle está localizado no antigo edifício do Hotel de la Couronne, construído em 1862. Além da excelente cozinha tradicional, a grande atração do restaurante é sua impressionante coleção de obras de arte, que cria uma atmosfera única. Você pode jantar admirando quadros de Miró, Kandinsky, Pablo Picasso, Henri de Toulouse-Lautrec, entre outros grandes artistas cujas obras fazem parte do acervo do restaurante. O bar do Kronenhalle é tão icônico quanto o restaurante, tendo recebido figuras como o artista Marc Chagall e o físico Albert Einstein.

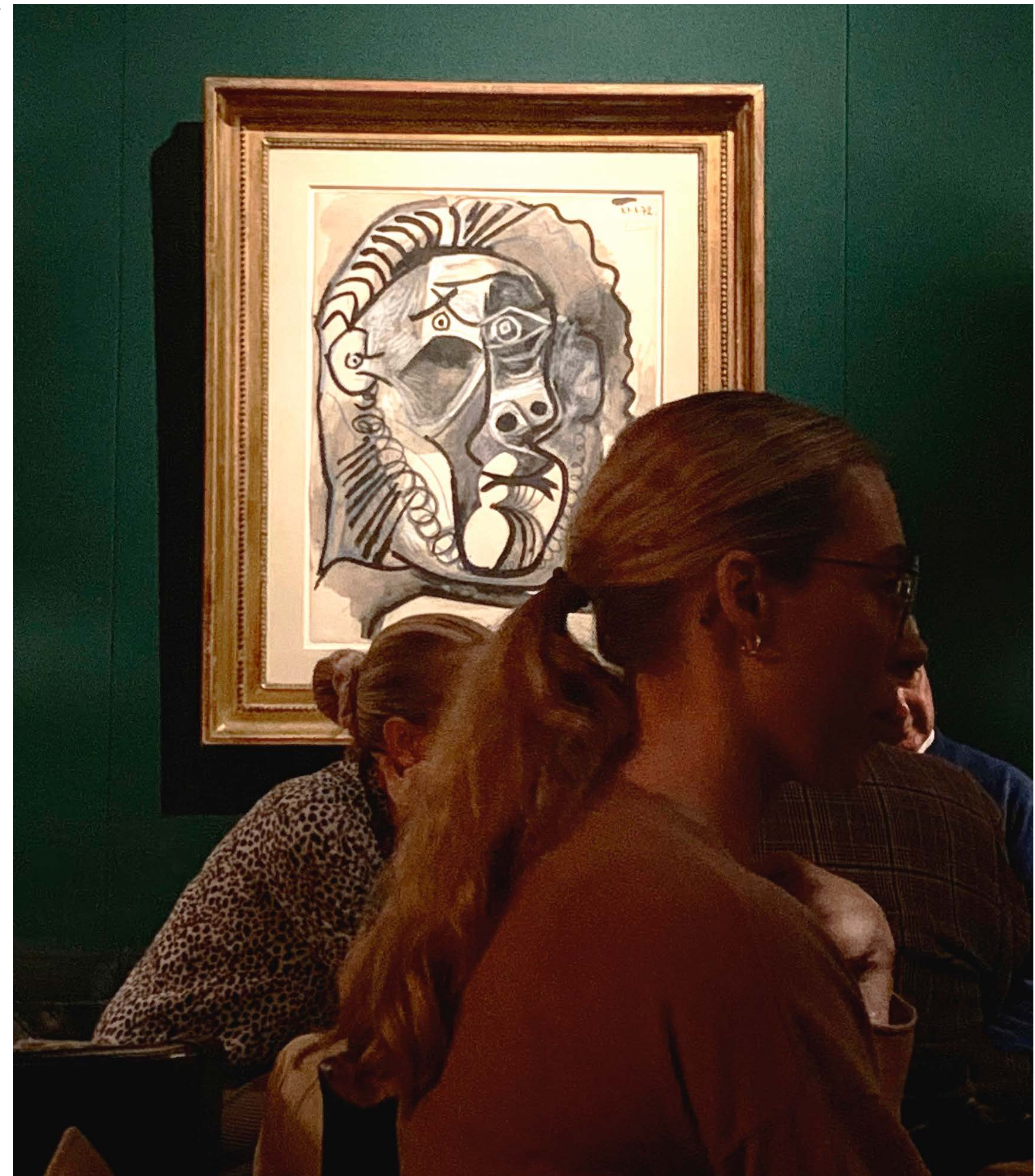
O restaurante está localizado na Praça Bellevue, próximo da Opernhaus Zürich (Casa da Ópera de Zürich), do museu Kunsthhaus e de outros estabelecimentos clássicos, como o Café Bar Odeon, em estilo Art Nouveau, que já teve entre seus frequentadores o escritor irlandês James Joyce e o artista dadaísta Hugo Ball.

O Guia Michelin descreve o prédio do Kronenhalle como uma verdadeira instituição da cidade e recomenda: "Não deixe de conferir a coleção de arte".

A relação de alguns artistas com o restaurante era tão próxima que Marc Chagall chamava Hulda Zumsteg, a primeira proprietária, de irmã — muitos deles pagavam suas refeições com obras de arte, formando a base da coleção atual, que também inclui desenhos e presentes deixados pelos artistas. Após a Segunda Guerra Mundial, o filho de Hulda, Gustav, dono de uma fábrica de tecidos, transformou o local em um ponto de encontro para grandes nomes da moda, como Coco Chanel, Balenciaga, Givenchy e Yves Saint Laurent.

55 - Fachada do Cabaret Voltaire.

56 - Interior do restaurante Kronenhalle.





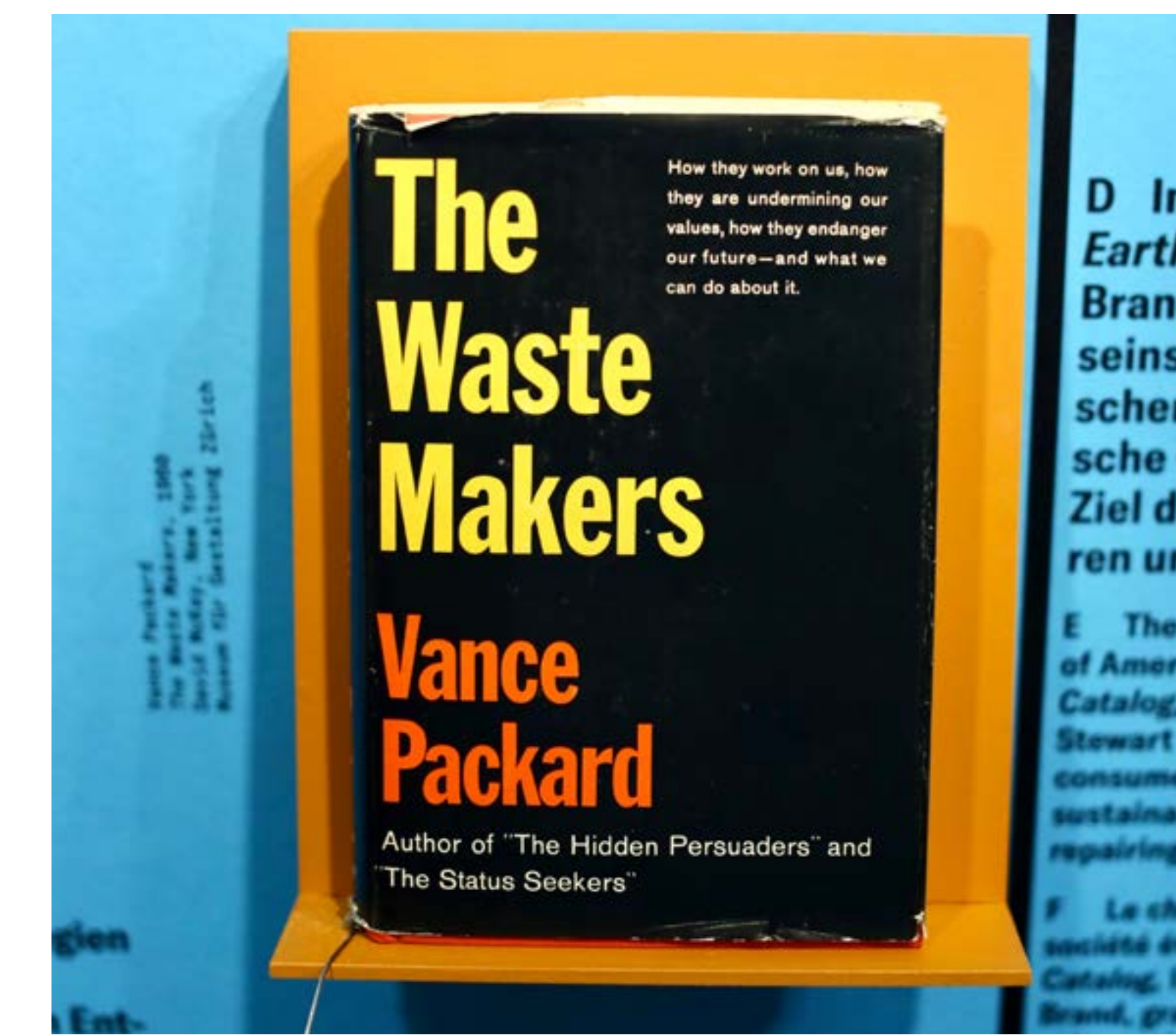
57



58



59



60

Sustentabilidade é revolução

A exposição Repair Revolution, em cartaz no Museum für Gestaltung Zürich, foi um verdadeiro manifesto que explorou a visão de uma sociedade voltada para o reparo e o papel do design nesse caminho. Nossa vida cotidiana está cheia de coisas que quebram frequentemente. Em vez de consertá-las, tendemos a substituí-las, o que contribui para o aumento de resíduos e a escassez de recursos. A possibilidade de reparo de um item é decidida já na fase de design, prática comum na engenharia, mas ainda rara em design de produtos e arquitetura. No entanto, reparar não é mais apenas uma solução de emergência: tornou-se uma prática cultural, social e econômica que se opõe à cultura do descarte.

A mostra estava organizada em cinco espaços que abordavam temas como a obsolescência programada (o curto ciclo de vida de um produto), o reparo de materiais e até mesmo a experiência prática de consertar uma peça de roupa. Esta última ocorria em um workshop aberto ao público, em que as pessoas podiam levar suas próprias roupas para consertar.

Didática e impactante, a Repair Revolution nos fez refletir profundamente, apresentando uma visão de futuro mais consciente e sustentável.

57 - Exposição Repair Revolution.

58 - Exposição Repair Revolution.

Akris

Também exibida no Museum für Gestaltung Zürich, o principal museu suíço dedicado ao design e à comunicação visual, a exposição sobre a Akris explorava as inspirações da marca e oferecia um olhar único sobre o lado artesanal da moda, revelando um pouco dos processos técnicos por trás de suas coleções.

A Akris, marca de moda centenária, é a única suíça a participar da Paris Fashion Week.

Einfach Zürich

“Simplesmente Zürich” seria a tradução mais apropriada para Einfach Zürich, uma exposição que evocava o passado e o presente tanto do Cantão quanto da cidade de Zürich. A mostra partia da questão de por que Zürich se tornou a maior cidade da Suíça e buscava responder a isso por meio de uma combinação de totens interativos, vídeos retratando a história da cidade, obras de arte e objetos do cotidiano. Também havia uma sala com uma instalação audiovisual que explorava lugares importantes, como a universidade ETH Zürich e as paisagens icônicas da cidade. Foi uma excelente experiência para mergulhar rapidamente na história de Zürich.

59 - Exposição Repair Revolution.

60 - Exposição Repair Revolution.

Kunsthau Zürich

Já mencionamos o lado arquitetônico do Kunsthau Zürich, cuja última expansão foi projetada pelo arquiteto David Chipperfield. No entanto, seria impossível não destacar a qualidade do acervo deste que é o maior museu de arte da Suíça.

O acervo é focado na arte ocidental, com obras produzidas desde o século XIII até os dias atuais, abrangendo diversos formatos como pintura, escultura, instalação, desenho, fotografia, vídeo e arte digital.

A expansão desenhada por Chipperfield abriu ainda mais espaço para a arte contemporânea, mas o museu também abriga obras de antigos mestres europeus como Rembrandt e Rubens, além de artistas suíços dos séculos XIX e XX – dos quais Alberto Giacometti é o mais conhecido. A coleção inclui ainda trabalhos que vão do Impressionismo aos diversos movimentos do Modernismo, com obras de nomes como Monet, Cézanne, Van Gogh, Matisse e Picasso.

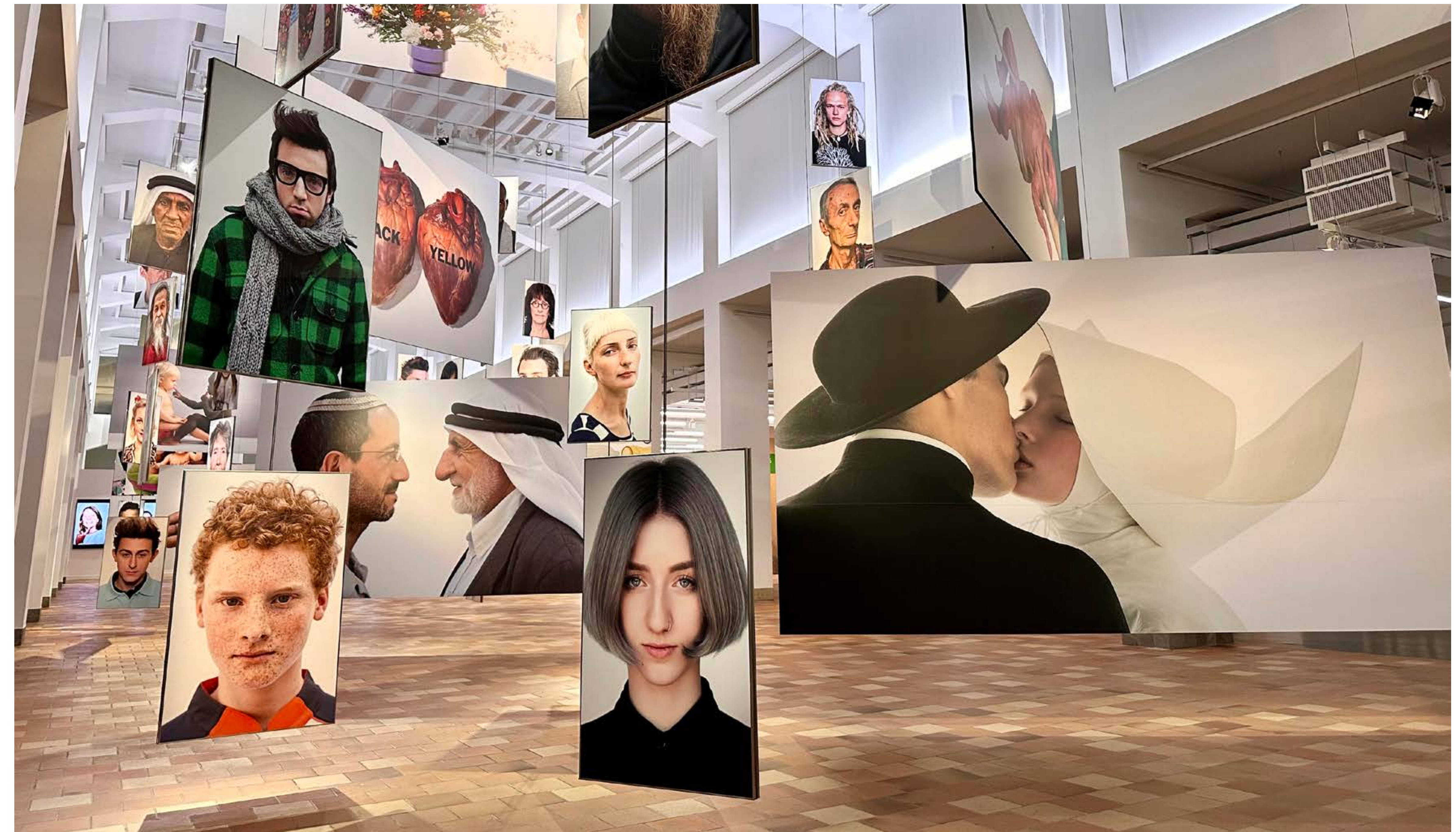
O museu também apresentava mostras individuais do artista belga Marcel Broodthaers, cujo trabalho questionava o papel do artista e do museu na sociedade, e da artista alemã Käthe Kollwitz, cujas esculturas e desenhos trazem uma forte carga política.

Oliviero Toscani

A exposição “Oliviero Toscani: Photography and Provocation” no Museum für Gestaltung em Zürich foi uma experiência marcante. Nos envolvendo com suas imagens icônicas, podemos ver como Toscani explora temas como racismo, gênero e ética. A provocação visual que marca sua carreira fica evidente em cada fotografia, desafiando a estética convencional e instigando reflexão sobre a sociedade. Poder ver de perto a série “Razza Umana”, dedicada à diversidade humana, foi especialmente impactante, pois mostrou o compromisso de Toscani com a autenticidade e a inclusão, em uma exposição que questiona e celebra a nossa humanidade.

Hermès in the making

A visita à exposição “Hermès in the Making” foi uma experiência que revelou um pouco dos bastidores da marca. Foi possível acompanhar de perto o processo e o cuidado com os detalhes de fabricação que compõem cada peça. Ver os artesãos em ação, demonstrando técnicas tradicionais, trouxe uma perspectiva sobre o tempo e a habilidade dedicados a cada produto. Foi uma imersão diferente no universo da Hermès, que ofereceu um olhar por trás das vitrines e mostrou como a marca trabalha para manter a qualidade e a autenticidade que a definem.



64

61



62



63



65



61 - Cadeiras Landi no Museum für Gestaltung Zürich.

62 - Interior do Kunsthau Zürich.

63 - Detalhe da Exposição “Hermès in the Making”.

64 - Exposição de Oliviero Toscani no Museum für Gestaltung Zürich.

65 - Interior do Kunsthau Zürich.

O design gráfico suíço

O design gráfico suíço é conhecido e aplicado em todo o mundo. Sua influência, que começou na década de 1950, permanece relevante até hoje. Decisões de design de grandes marcas como Google e Apple são guiadas por um repertório intelectual que remonta ao design suíço, evidenciando que sua influência se estende aos meios digitais contemporâneos.

O design suíço nasceu entre Zúrich e Munique, influenciado pelo Construtivismo Russo e pela Bauhaus, movimentos que priorizavam a funcionalidade e a racionalidade, em resposta ao excesso de ornamento característico do estilo Art Déco, dominante nas décadas de 1920 e 1930 na Europa. Os princípios fundamentais desse estilo — clareza, simplicidade e consistência — continuam extremamente atuais, valores

que a NIRIN também adota como essenciais.

O conceito do design gráfico suíço está sintetizado no uso do sistema de grid, uma ferramenta que organiza projetos de design com alto nível de precisão e clareza. Um dos nomes-chave do design suíço é Josef Müller-Brockmann, que desenvolveu e ensinou o estilo, tanto na prática quanto na teoria. Ele é o autor de "Grid Systems" (1961), considerado a "Bíblia" do design tipográfico internacional, como o design suíço passou a ser conhecido globalmente.

A contribuição do design suíço está em trazer uma abordagem científica para o campo do design, priorizando a legibilidade e a solução de

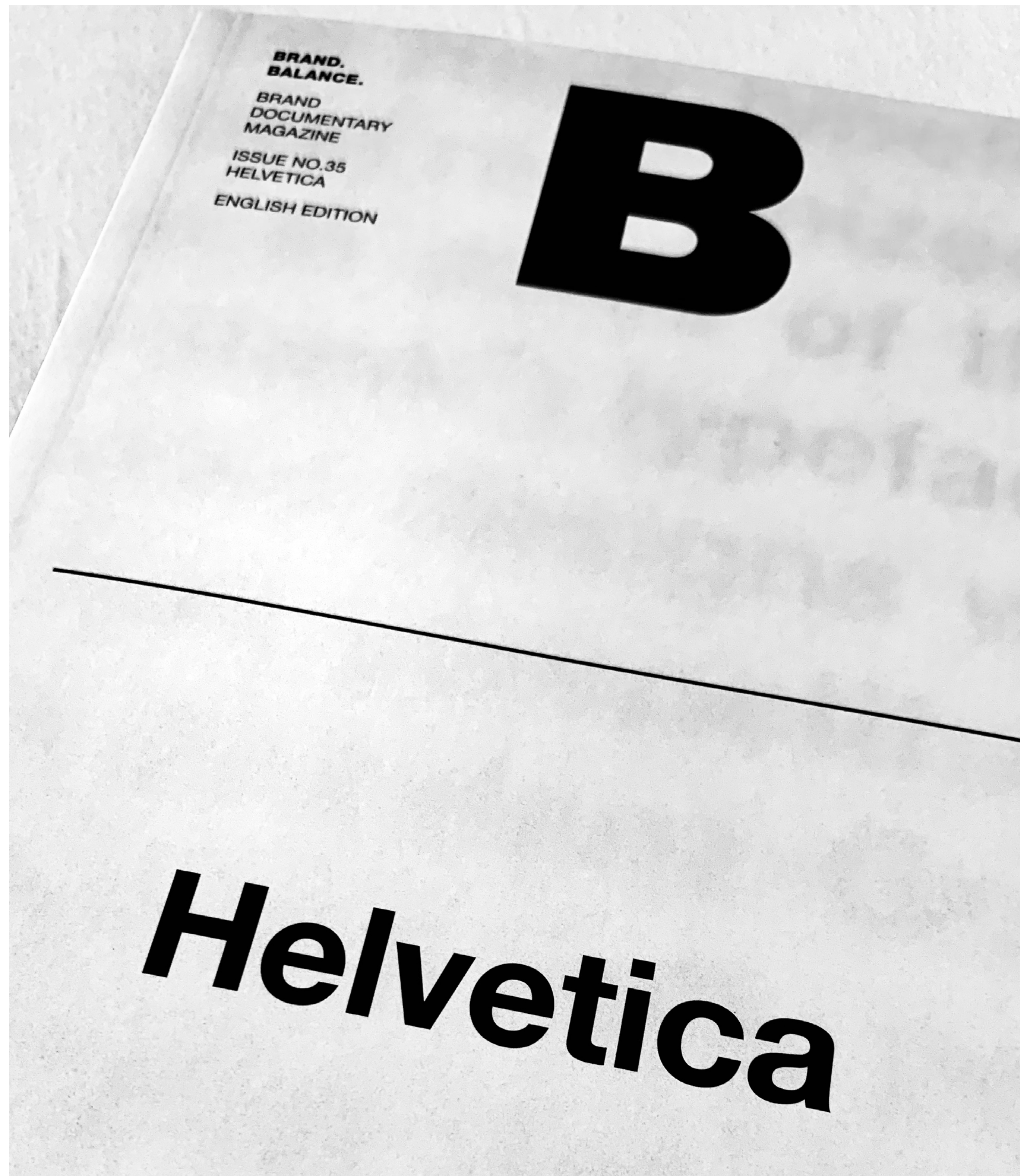
problemas visuais. Nesse contexto, fontes sem serifa, como Helvetica e Univers, tornaram-se as opções ideais, eliminando adornos para maximizar a simplicidade e a clareza das letras.

"O termo 'design gráfico suíço' refere-se a práticas, ideias e tendências históricas que emergiram na Suíça e foram adotadas por designers ao redor do mundo, tornando-se um estilo internacional e não apenas uma questão de nacionalidade."

— Karin Gimmi, historiadora de arte e curadora do Museum für Gestaltung Zürich.

66 - Exposição de fontes do Museum für Gestaltung Zürich.





68



70



69



71

Origem

Helvetia = Suíça
Helvetica = o suíço

Simplicidade

A essência do design gráfico suíço.

Consistência

Há quase 60 anos, a Helvetica se espalha por diferentes culturas e países, sendo hoje a fonte oficial da Apple.

Quer saber mais sobre a Helvetica?

Recomendamos o documentário "Helvetica", de Gary Hustwit, lançado em 2007.

67 - Capa da revista B Magazine dedicada à fonte Helvetica.

68 - Tipografia das ruas de Zürich.

69 - Tipografia das ruas de Zürich.

70 - Tipografia das ruas de Zürich.

71 - Tipografia das ruas de Zürich.

A fonte das fontes

Criada em 1957, a Helvetica tornou-se um ícone do design funcional, definindo o *zeitgeist* visual dos anos 1960. Até hoje, é uma das fontes mais usadas no mundo, devido ao seu equilíbrio e à sua neutralidade como tipografia.

Max Miedinger e Eduard Hoffmann iniciaram o projeto em 1956 na Haas Type Foundry (Haas'sche Schriftgiesserei), em Münchenstein, Suíça, criando uma nova fonte sem serifa baseada na tradicional Haas Grotesk.

A Neue Haas Grotesk foi lançada em maio de 1957, com um espaçamento mais estreito, que conferia à tipografia uma aparência mais densa e dinâmica em comparação à sua antecessora.

Em junho de 1957, Hoffmann apresentou a tipografia completa na Graphic 57 Trade Fair, em Lausanne, Suíça, cujo catálogo e material promocional foram desenhados por Miedinger. Na mesma feira, a Deberny & Peignot lançou uma grande rival da Helvetica (então ainda chamada Neue Haas Grotesk): a Univers, criada por Adrian Frutiger, outro importante designer tipográfico suíço.

A Linotype, líder no mercado de impressões, tinha padrões rigorosos para novas tipografias, e a aceitação da Neue Haas Grotesk demorou. Durante o processo de refinamento, o nome Helvetica foi adotado.

Comparada a outras fontes sem serifa da época, a Helvetica foi um sucesso absoluto. Suas formas e proporções foram otimizadas para impressão, oferecendo estabilidade visual e equilíbrio entre letras e espaçamento. Essas características transmitiam a cultura suíça de simplicidade e neutralidade, tornando a Helvetica ideal para uso comercial.

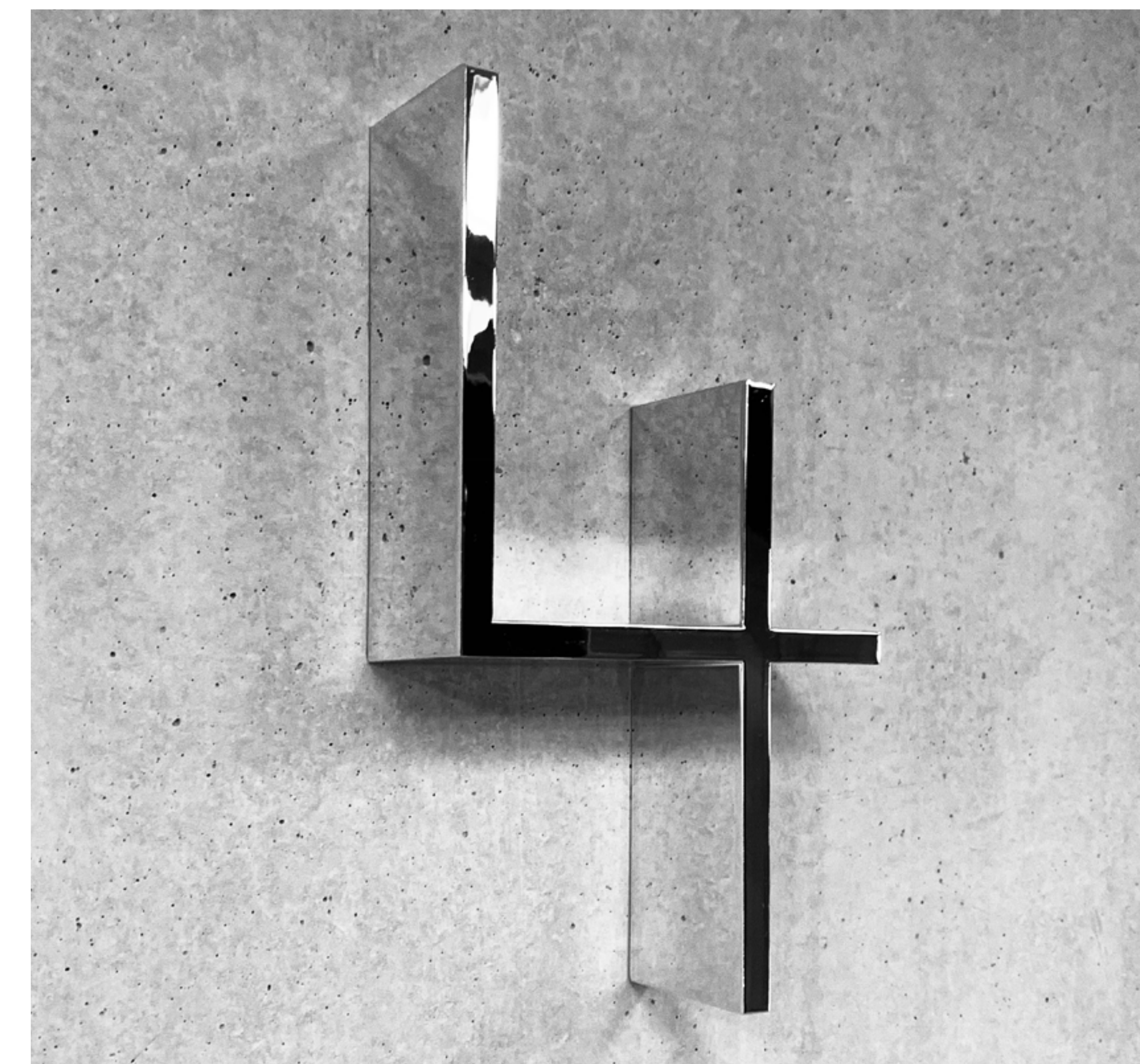
Nos anos 1960 e 1970, com a expansão da economia global, muitas empresas começaram a se internacionalizar e precisavam de uma identidade visual forte, que fosse amigável para o consumidor, moderna e inovadora. A Helvetica tornou-se a escolha perfeita, sendo adotada por diversas empresas que buscavam esse visual globalizado para seus logotipos corporativos.



72

A fonte como elemento de branding

A Helvetica foi a tipografia mais influente em uma mudança de paradigma fundamental no mundo do design: o momento em que a tipografia passou a ser considerada um elemento crucial de design e branding. Antes da Helvetica, as tipografias eram desenhadas com uma abordagem mais artística — os designers de fontes se consideravam artistas. A Helvetica, por outro lado, foi criada por designers que tinham experiência como homens de negócios em uma oficina tipográfica moderna com visão comercial. Ela não foi desenvolvida apenas com o foco no prazer estético (a beleza), mas principalmente para atender às necessidades sociais da época e às tendências do mercado. Mesmo aqueles que não são especialistas em tipografia podem reconhecer a simplicidade e a neutralidade da Helvetica ao ler um texto ou uma placa de sinalização. Essa qualidade fez com que muitas empresas multinacionais escolhessem a Helvetica para projetar uma imagem globalmente neutra, facilmente assimilada por diferentes culturas. Por exemplo, a Helvetica é a fonte oficial da Apple e do metrô de Nova York, duas marcas que associamos a uma visão global contemporânea. A Suíça, historicamente conhecida por sua neutralidade, inclusive durante grandes conflitos como a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, transmitiu essa característica cultural para a Helvetica. Nos anos 1960, quando empresas precisavam de uma fonte que pudesse ser exibida em países com diferentes ideologias, a escolha principal passou a ser: Helvetica.



73

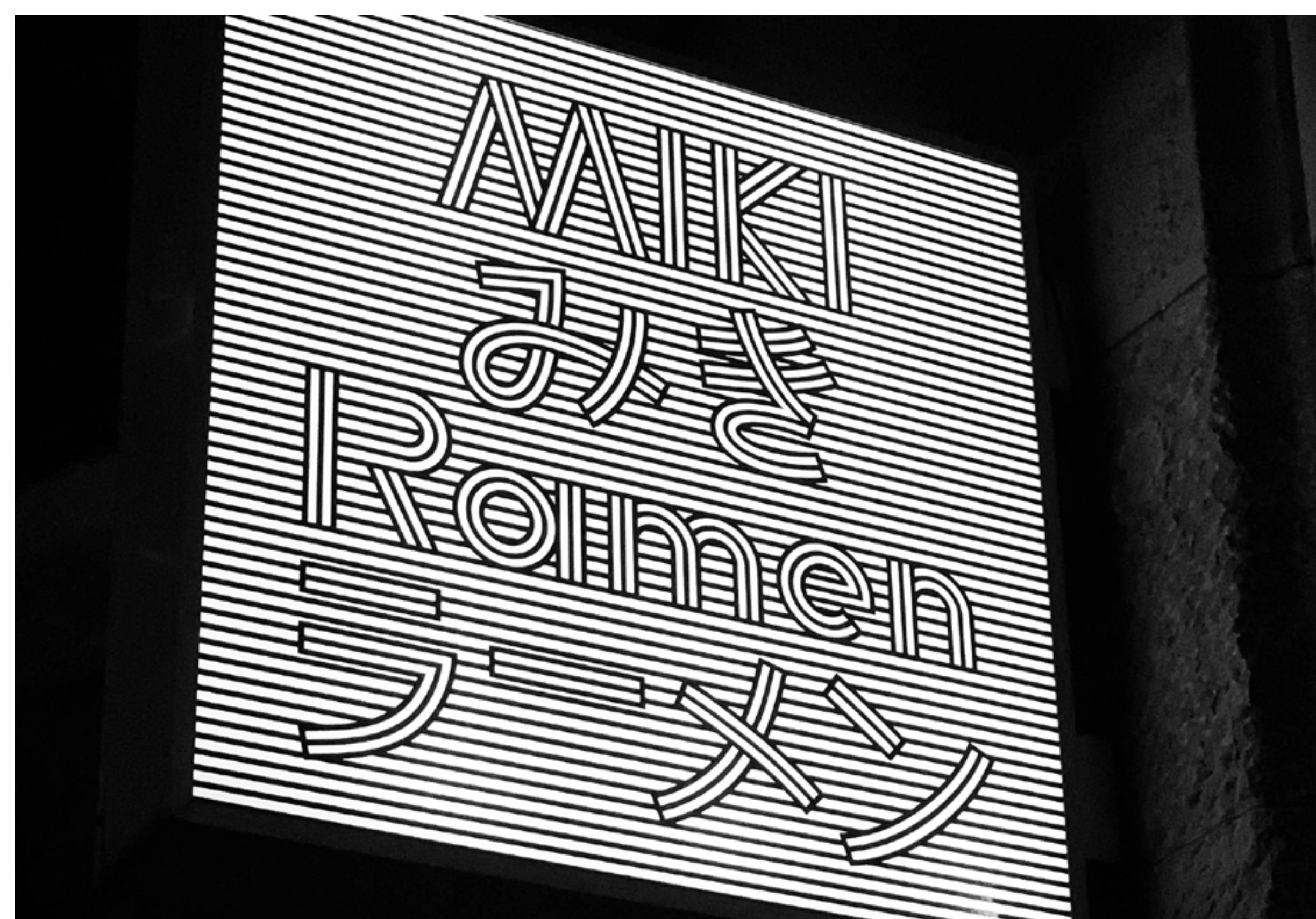
72 - Embalagem da bebida de aveia Gutsch.

73 - Tipografia das ruas de Zürich.

74 - Tipografia das ruas de Zürich.

75 - Tipografia das ruas de Zürich.

76 - Tipografia das ruas de Zürich.



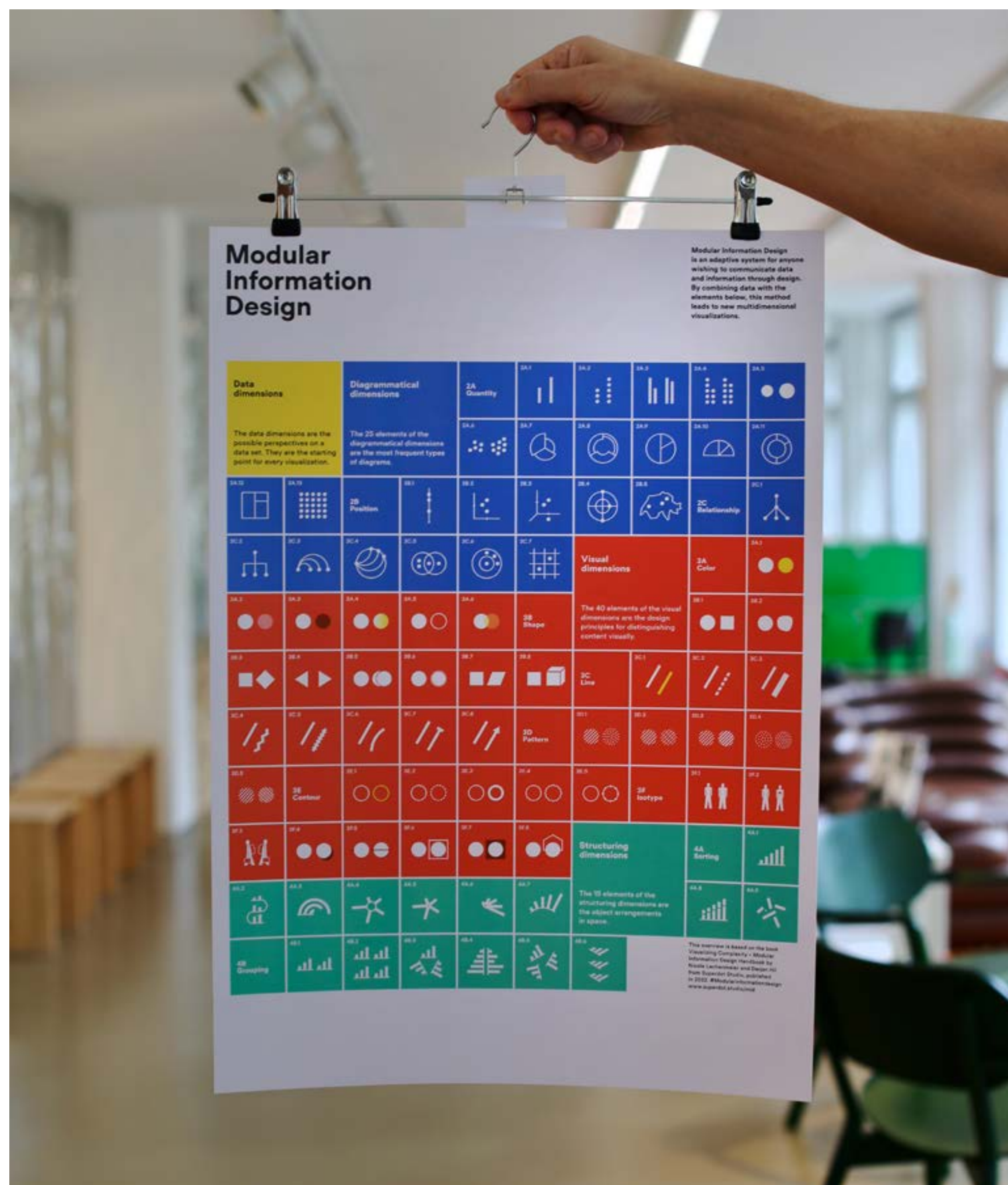
74



75



76



77

Zürich Design Weeks

77 - Exposição do Superdot Studio no Zürich Design Weeks.

78 - Interior do Museum für Gestaltung Zürich.

79 - Fachada do Museum für Gestaltung Zürich.

80 - Interior do Museum für Gestaltung Zürich.



78

Durante nossa visita a Zürich, participamos do Zürich Design Weeks, o maior evento de design da Suíça, que ocorre anualmente. Com o tema “Transition”, a edição explorava, por meio do design, respostas para um mundo em constante mudança. O evento atrai um público amplo e diversificado, que participa de exposições, instalações e atividades interativas. Ateliês e lojas abrem suas portas, marcas consagradas apresentam suas novidades e designers compartilham a visão de seu trabalho, oferecendo uma experiência rica e imersiva. A variedade de formatos permite atender diferentes interesses e perfis, proporcionando uma plataforma inclusiva para todas as disciplinas do design.

O Zürich Design Weeks reuniu importantes instituições do setor, como a Design Biennale Zürich, o Digital Festival Zürich e o Museum für Gestaltung Zürich, criando um verdadeiro ecossistema de criatividade e inovação.

Entre as atrações que visitamos, estavam a exposição da IKEA, o workshop da Lineto sobre a tipografia de um novo carro da Polestar e um workshop do Superdot Studio.



89

Michel Hueter

Membro do Conselho Executivo, Marketing & Partnering do Zürich Design Weeks

Para ele, o design suíço é um exemplo de “design de engenharia” — estruturado e focado na funcionalidade. Ele observa que o estilo de design varia conforme as regiões do país: na Suíça francófona, o design é mais solto e divertido, enquanto na Suíça de língua alemã, ele tende a ser mais frio e minimalista. Na sua visão, a alta qualidade dos produtos suíços tem origem histórica.

Em uma época de escassez de recursos, o país teve que garantir durabilidade e funcionalidade em tudo que produzia, criando um padrão de excelência. Apesar disso, a Suíça ainda carecia de uma plataforma global para promover seu potencial em design. O Zürich Design Weeks surgiu para preencher essa lacuna, desenvolvendo o mercado e fomentando negócios na região.

IKEA

Mesmo sendo uma marca sueca, a IKEA tem uma relação histórica com Zürich. Além de ter inaugurado sua primeira loja fora da Suécia na cidade, a marca trouxe diversos paralelos entre sua visão de futuro e a capacidade inovadora de Zürich na exposição Assembling the Future Together. A mostra oferecia uma retrospectiva histórica da marca, conectada aos hábitos e às necessidades domésticas das pessoas, e apresentava a jornada da IKEA rumo a um futuro mais sustentável. A exposição destacava que a Suíça é uma das economias mais inovadoras do mundo, combinando tradição no design com



80

inventividade, criando as condições ideais para projetos sustentáveis e inovadores que apontam para o futuro. Temas como consumismo e fontes de energia renováveis tiveram destaque na Assembling the Future Together. Desde 2022, 75% da eletricidade usada globalmente pela IKEA vem de fontes renováveis. A marca também desenvolveu produtos que aproveitam a luz natural, como a linha SAMMANLÄNKAD. Criada em parceria com a organização Little Sun, as luminárias dessa linha têm células de LED que captam a luz do sol durante o dia para gerar iluminação à noite. Os produtos foram desenvolvidos pelo artista Olafur Eliasson em colaboração com o engenheiro Frederik Ottesen.

Superdot Studio

Como criar soluções visuais atraentes para transformar questões complexas em informações de fácil compreensão? Foi a partir dessa pergunta que a Superdot Studio apresentou uma curadoria de seus trabalhos durante a Zürich Design Weeks.

A Superdot Studio é uma agência, sediada em Basel, especializada em design da informação. Essa expertise permite que a agência desenvolva projetos que vão desde infográficos interativos até sistemas de iconografia e outras soluções de data visualization, todos feitos sob medida para cada cliente.

Entre seus clientes estão multinacionais, ONGs, governos, fundações e universidades — como as Nações Unidas, UNICEF, Swiss Federal Statistical Office, cidade de Basel, Roger Federer Foundation e Vitra.



81

Lineto

A Lineto foi fundada em 1993 por Cornel Windlin e Stephan Müller como uma marca destinada a comercializar seus projetos individuais de tipografia e design. Em 1998, lançaram o site lineto.com para distribuir suas fontes digitalmente, originando a primeira fundição de tipos digital suíça. Desde então, a Lineto evoluiu para uma plataforma que comercializa fontes de designers de todo o mundo — profissionais de alto nível e de diferentes gerações, variando de 20 a 83 anos.

Assistimos à apresentação da Lineto sobre a tipografia que criaram para o último lançamento de um carro da Polestar — a marca de veículos elétricos da Volvo — na Zürich Design Weeks. O trabalho, todo baseado em uma narrativa dos anos 1960, chamou nossa atenção, então decidimos visitar o estúdio. Estávamos curiosos para conhecer o local onde surgiram tantas tipografias influentes para o design global nas últimas décadas. O estúdio tem um espaço amplo e dinâmico, com pessoas entrando e saindo, desenhando, projetando, debatendo e, principalmente, respirando tipografia. Tivemos a oportunidade de observar o dia a dia da empresa suíça que prospera em uma cultura que valoriza o design de fontes proprietárias — com muitas marcas dispostas a pagar por essa exclusividade.

24



82

81 - Escritório da Lineto.

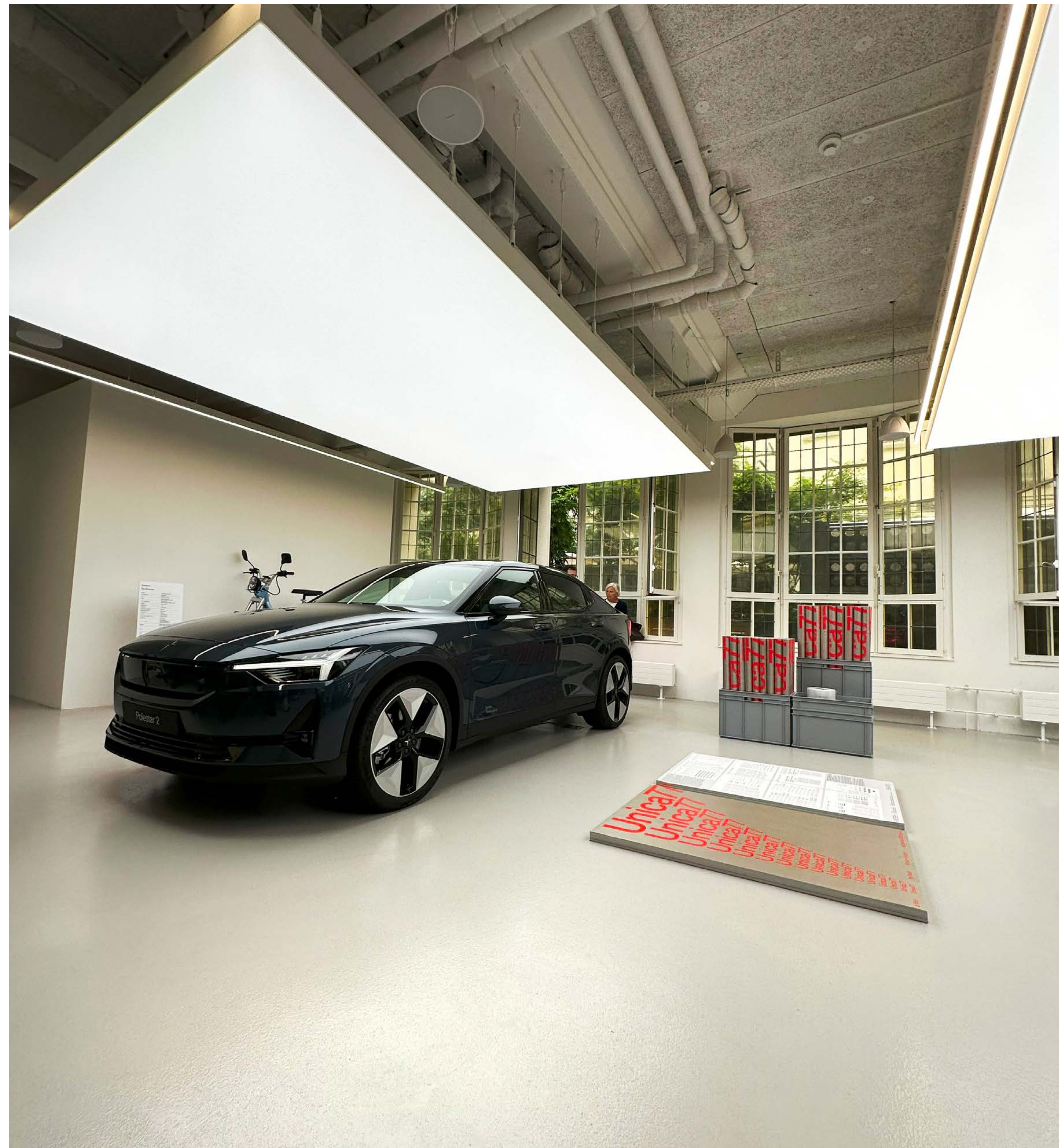
82 - Escritório da Lineto.

83 - Evento de lançamento da fonte Unica77, da Lineto.

84 - Evento de lançamento da fonte Unica77, da Lineto.



83



84

No campo das referências

85 - Fachada da VitraHaus.



“A Vitra é uma empresa suíça dedicada a melhorar a qualidade de casas, escritórios e espaços públicos através do poder do design.” É assim que a Vitra se define. Está no DNA da marca a percepção de que o ambiente que nos cerca molda nossos pensamentos e sentimentos. Por isso, o objetivo da Vitra é melhorar os ambientes — tanto no espaço público quanto no privado — através de soluções inovadoras de design.

Fundada em 1934, em Basel, como uma empresa familiar, a Vitra começou vendendo e produzindo móveis e objetos de design. Em 1952, Willi Fehlbaum viu a icônica cadeira Eames, criada por Charles e Ray Eames, em Nova York, e negociou os direitos de venda para a Europa. Desde então, a empresa adquiriu licenças para produzir móveis icônicos e contratou designers para desenvolver produtos originais e exclusivos.

Em 1977, os filhos de Willi, Roy e Raymond Fehlbaum, assumiram a empresa e, após um grande incêndio em 1981, começaram a reconstruir a Vitra. Foi nesse momento que o complexo da Vitra passou a abrigar obras arquitetônicas de alguns dos maiores nomes da arquitetura e do design, como Tadao Ando, Zaha Hadid, Herzog & de Meuron, Álvaro Siza e Frank Gehry.

A filosofia da marca de transformar o ambiente em que vivemos através do poder do design é tangível em sua sede. No Vitra Campus, os visitantes podem explorar esse universo ao caminhar por suas edificações e espaços projetados para inspirar.



Vitra Campus

O Vitra Campus está localizado em Weil am Rhein, na Alemanha, a apenas 7 km de carro de Basel. É difícil colocar em palavras a experiência de caminhar pelo campus e explorar as construções que fazem parte dele. Era uma das vivências que mais esperávamos, já que ali estão projetos desenvolvidos por arquitetos e designers que moldam o nosso senso estético.

Fazendo um paralelo, o Vitra Campus é como uma “Disney” para apaixonados por arquitetura e design. Mas, em vez de montanhas-russas, o visitante pode caminhar pelas obras e compreender o pensamento por trás de cada criação.

O campus tem 240 mil metros quadrados e abriga edifícios icônicos, como o Conference Pavilion (projeto de Tadao Ando, 1993), a Fire Station (Zaha Hadid, 1993), a VitraHaus (Herzog & de Meuron, 2010) e o Vitra Design Museum (Frank Gehry, 1989).

Além do prazer contemplativo de admirar essas construções por fora — uma experiência que pode ser meditativa, como é a proposta de Tadao Ando no trajeto que leva ao pavilhão inspirado nos caminhos meditativos dos jardins japoneses —, é possível acessar algumas delas, como a VitraHaus, que é a flagship store da Vitra Home Collection, e o Vitra Design Museum.

86 - Interior da VitraHaus.

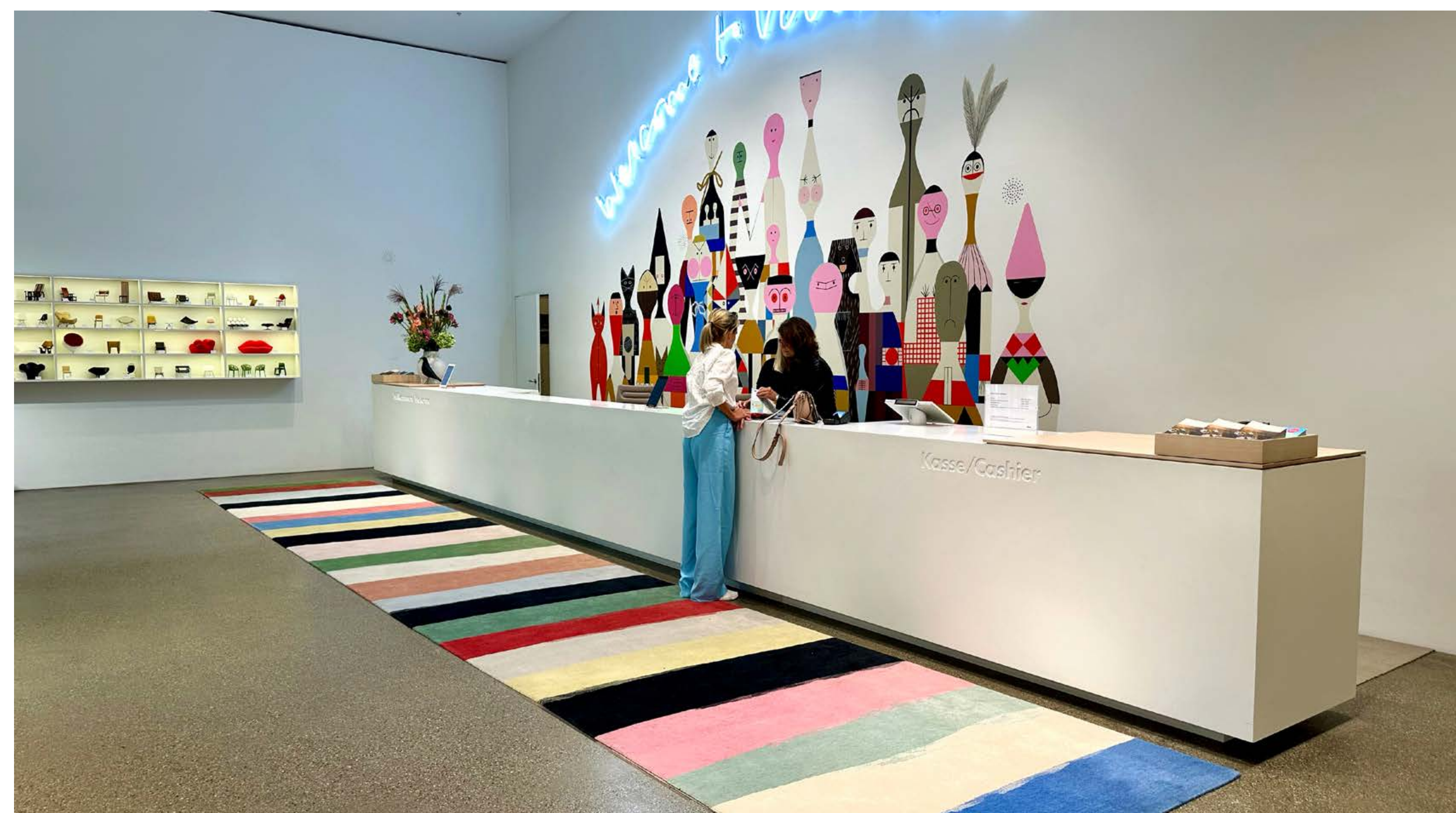
87 - Interior da VitraHaus.

88 - Interior da VitraHaus

87



88





89

Vitra Design Museum

O Vitra Design Museum foi fundado em 1989 pela Vitra e por Rolf Fehlbaum, atual chairman emérito da companhia. Segundo ele, o objetivo inicial não era criar uma coleção, mas estudar o craft da Vitra — a fabricação de móveis — a partir de alguns dos objetos projetados pelos melhores designers do mundo.

Com o tempo, a coleção cresceu muito e acabou se tornando grande demais para ser usada apenas para estudo. Assim, o museu foi aberto para exibir uma das mais importantes coleções privadas de design do mundo, que hoje é composta por mais de 20 mil objetos. Os três grandes heróis de Rolf Fehlbaum — e pilares da coleção e do universo da Vitra — são: o casal Charles e Ray Eames, Alvar Aalto e Jean Prouvé.

No museu, é possível admirar de perto criações clássicas, como as cadeiras Cité e Kangourou, de Prouvé, e ver expostos diversos protótipos da famosa Eames Shell Chair, que está no museu em todas as cores originais. Outras criações dos Eames, como a Lounge Chair e a LCW (considerada “a cadeira do século” pela revista Time), também fazem parte do acervo.

Visitar o espaço de experiência da Lounge Chair de Charles Eames e Ray Eames no Vitra Museum foi uma verdadeira imersão. Ao entrarmos, nos sentimos em um território icônico, onde design e história se unem em uma experiência única. Cada detalhe da poltrona, das curvas ergonômicas à combinação precisa de materiais escolhidos por Charles e Ray Eames, é destacado para evidenciar seu conforto e beleza duradoura. Entendemos por que essa peça é um marco no design. Esse espaço nos permite vivenciar a filosofia dos Eames: um design acolhedor, atemporal, que une elegância à praticidade, transformando nossa percepção de conforto e conexão com o ambiente.

O museu apresenta duas grandes exposições anuais, sempre com base em seu acervo, e mostras menores na Vitra Design Museum Gallery, com uma curadoria mais contemporânea e experimental. O Vitra Design Museum também possui uma biblioteca e um arquivo de documentação abertos para pesquisadores, com acesso mediante agendamento.

Em 2016, foi inaugurado o Vitra Schaudapot, projetado por Herzog & de Meuron para abrigar parte da coleção do museu. Esse anexo, cujo nome significa “depósito aberto”, tem suas exposições renovadas anualmente, oferecendo sempre uma nova perspectiva sobre a coleção da Vitra.

89 - Fachada da fábrica da Vitra.

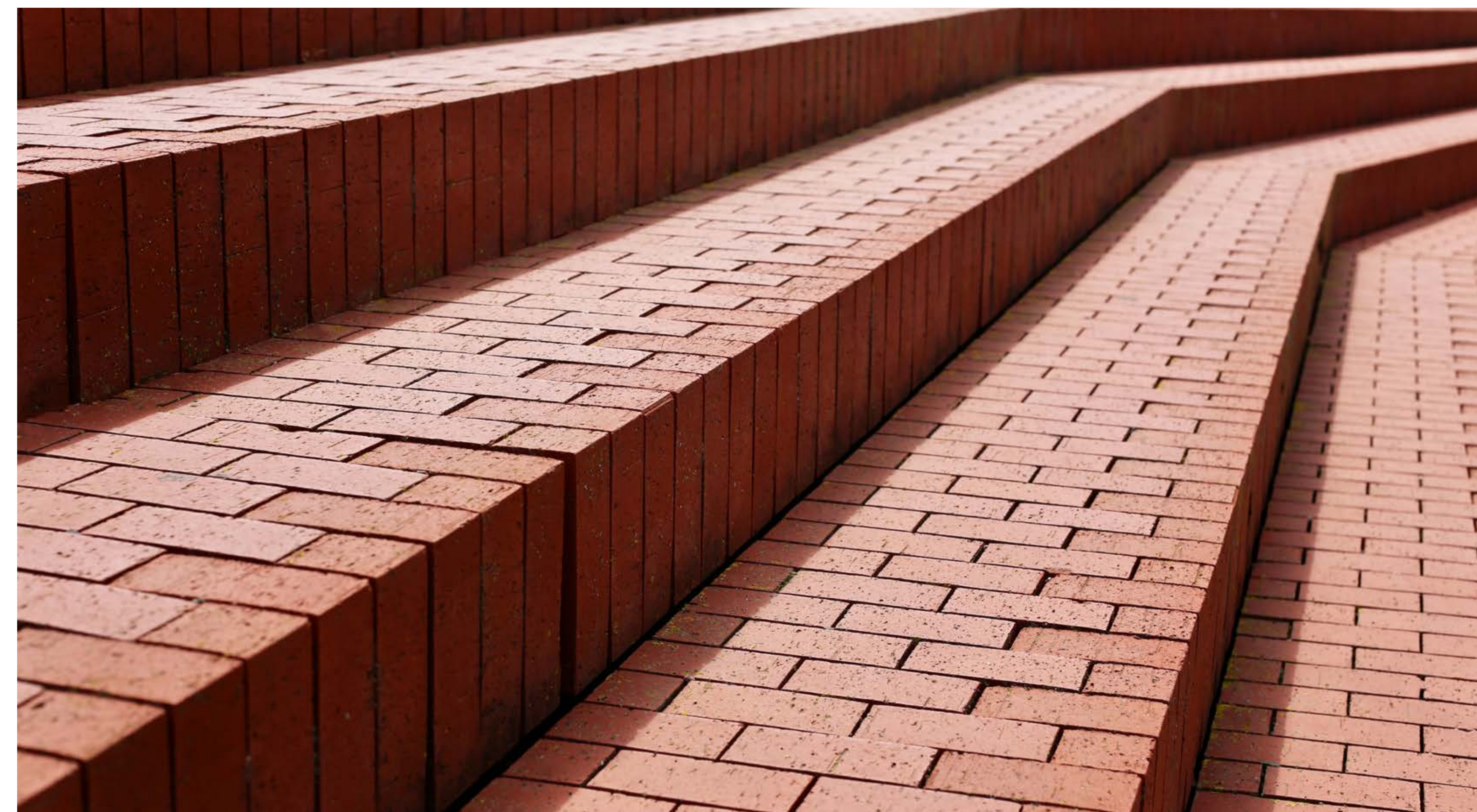
90 - Placa de rua do Vitra Campus.

91 - Vista do jardim do Vitra Campus.

92



93



92 - Fachada do Vitra Schaudapot.

93 - Detalhes da fachada do Vitra Schaudapot.

O design além do design

Durante nossa visita, observamos muitos elementos relacionados ao design suíço que vão além de suas manifestações mais tradicionais. Esta seção de encerramento do Panorama Zürich traz nosso olhar mais espontâneo a partir dessa perspectiva. São snapshots dos nossos dias na cidade — detalhes capturados que não queríamos deixar passar. São pequenos momentos que revelam como o design se integra à vida cotidiana da cidade.



94

94 - Escultura Anne-Sophie, do artista Alex Hanimann.



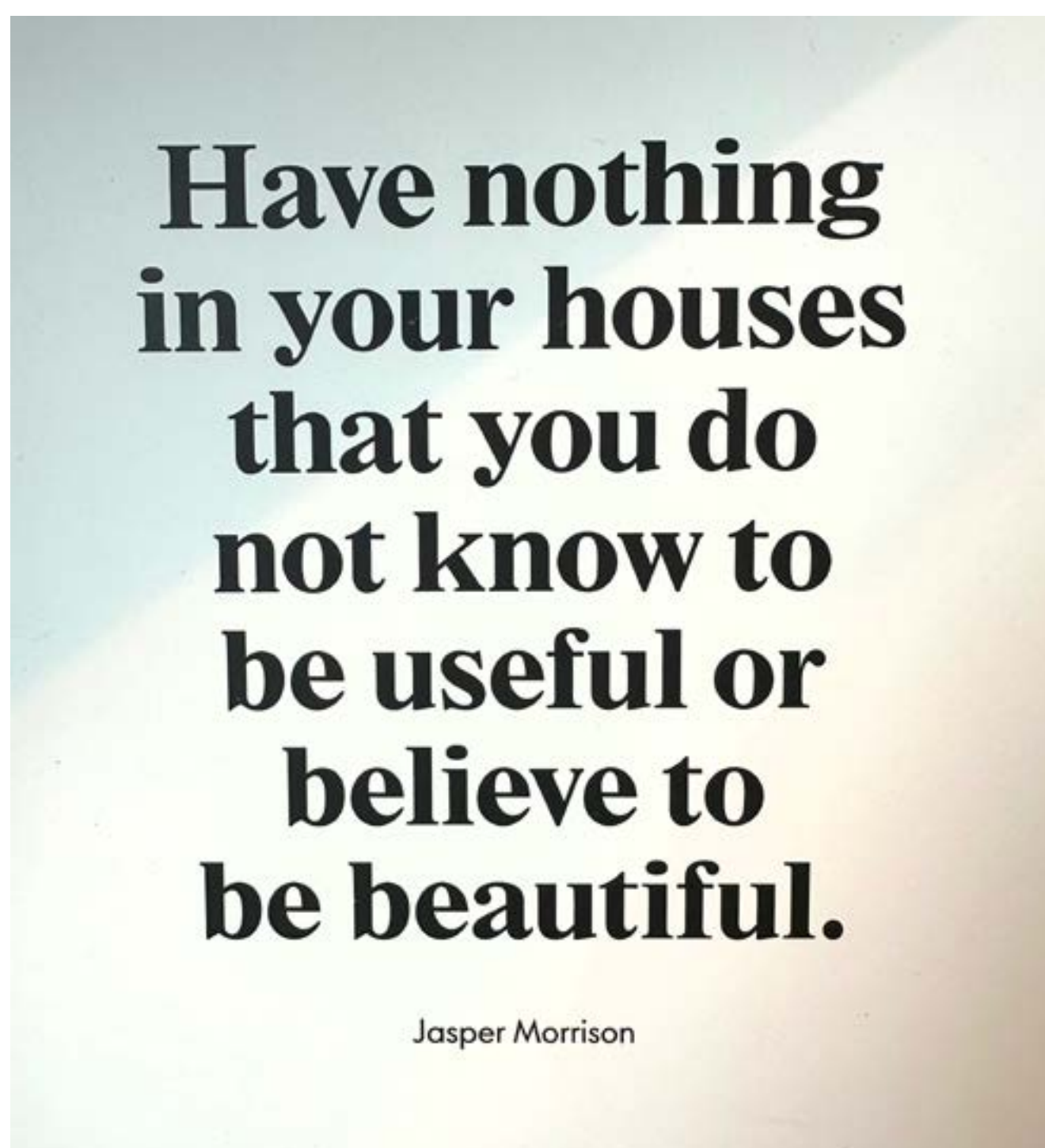
95

95 - Interior do Museum für Gestaltung Zürich.



96

96 - Interior do Aeroporto de Zürich.



97

97 - Frase do designer Jasper Morrison na VitraHaus.



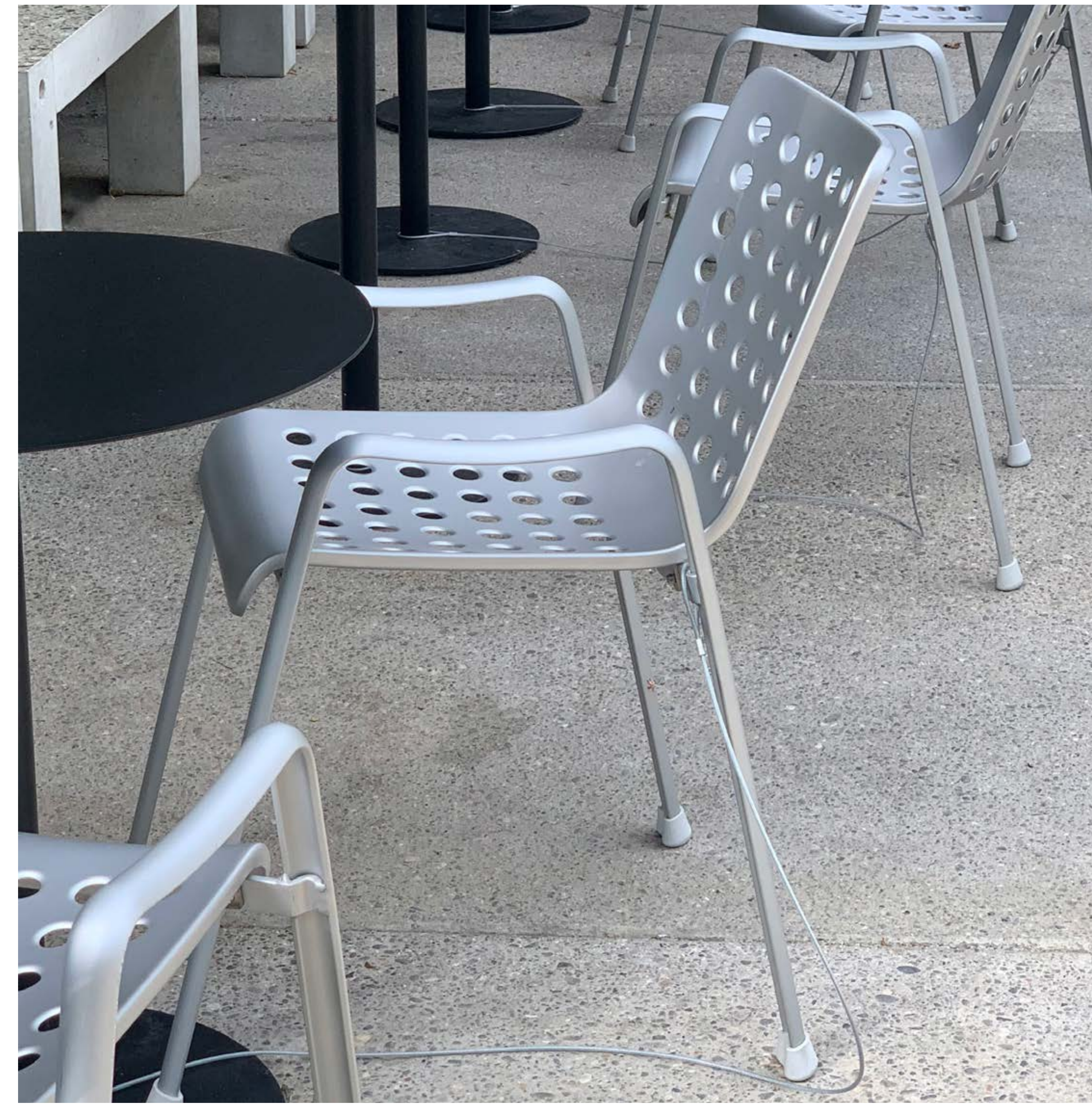
99

98 - Cadeiras Landi.

99 - Interior do Landesmuseum Zürich.

100 - Interior do Landesmuseum Zürich.

101 - Embalagem de Kombucha Super Maté.



99



100



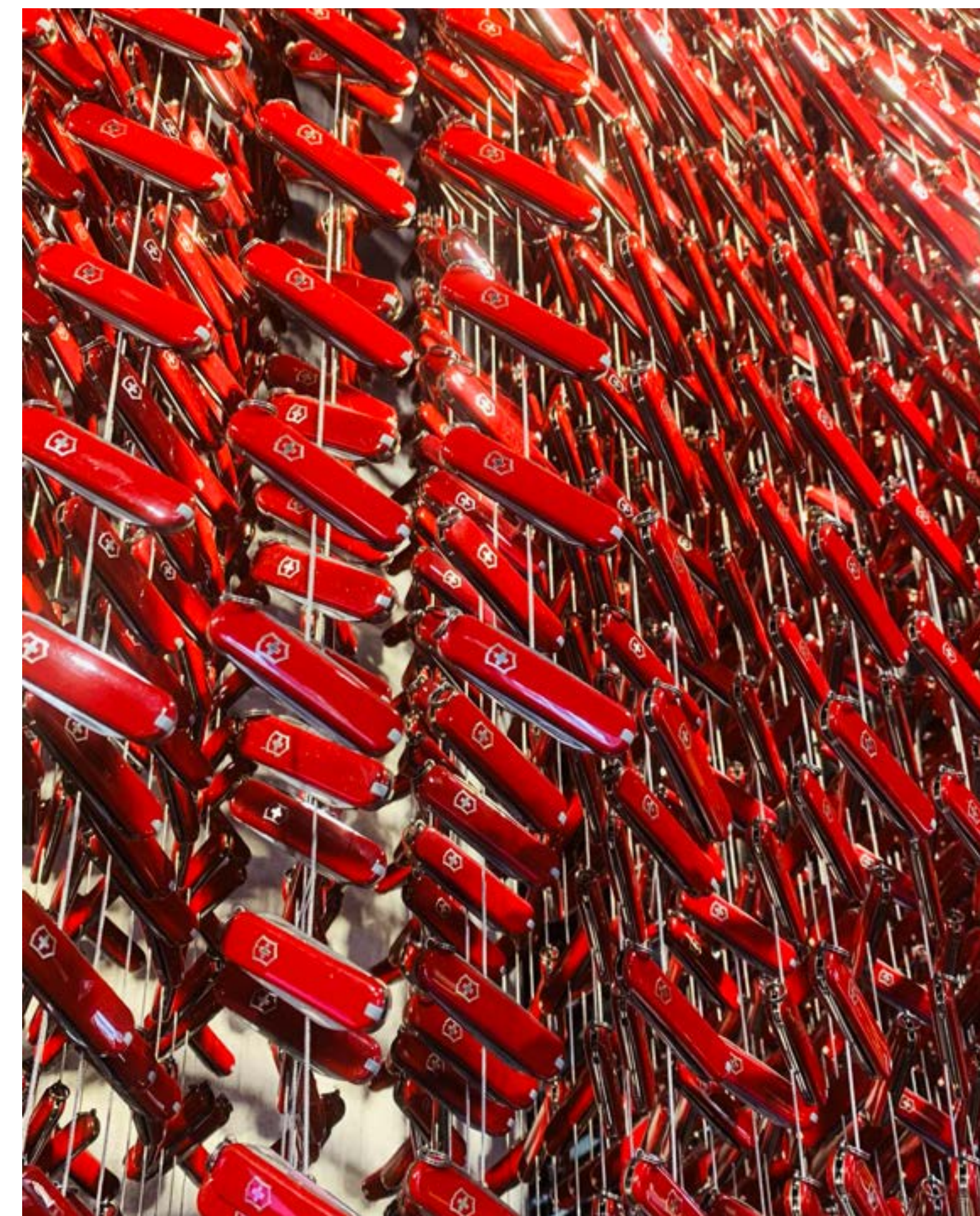
101



102



106



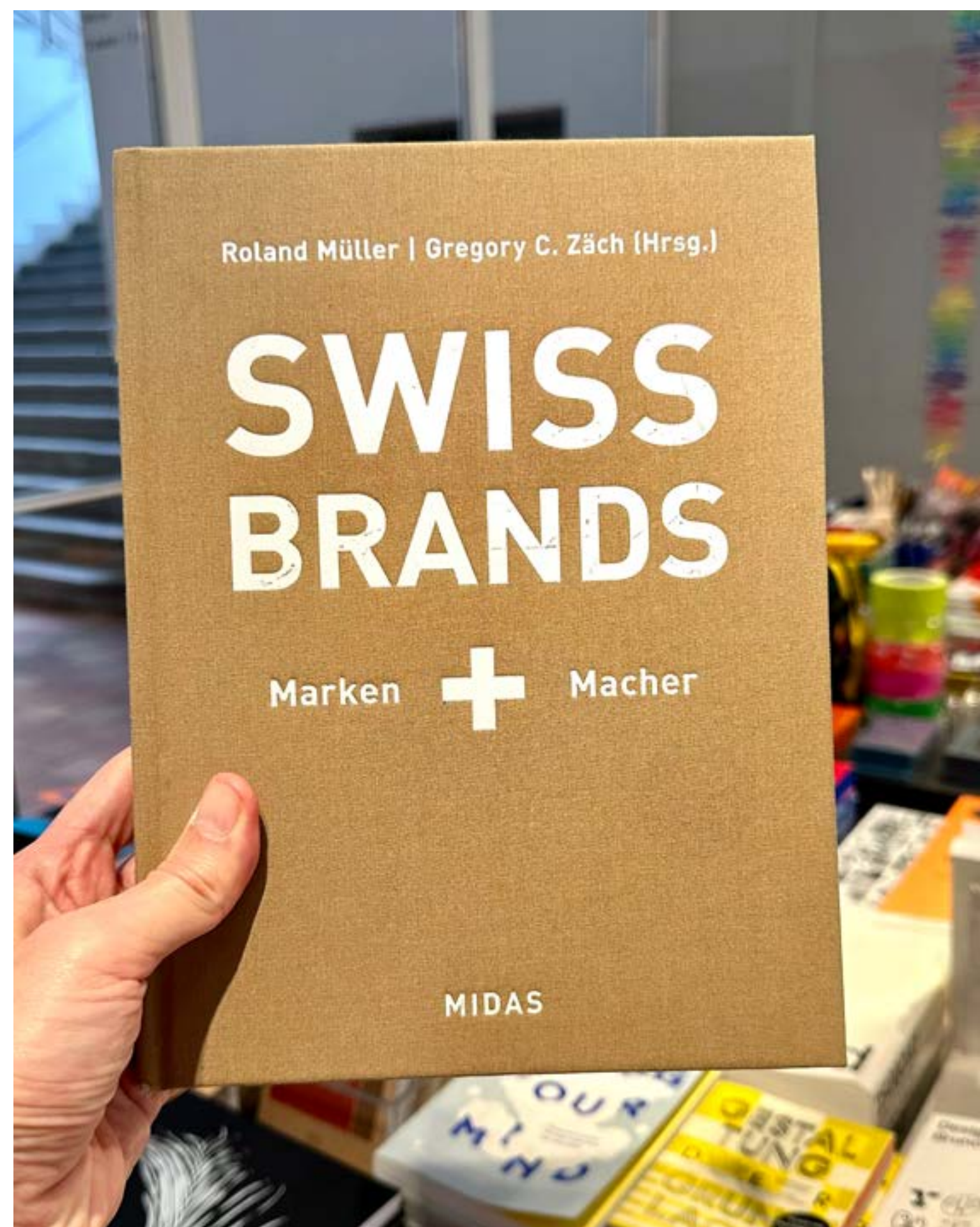
107



108



103



104



105



109

102 - Interior da loja de livros de arquitetura Hochparterre Bücher.

103 - Fachada do Café Odeon.

104 - Livro de marcas suíças.

105 - Tipografia das ruas de Zürich.

106 - Embalagem de vermut da marca suíça Wermut.

107 - Loja Victorinox.

108 - Parada de bonde.

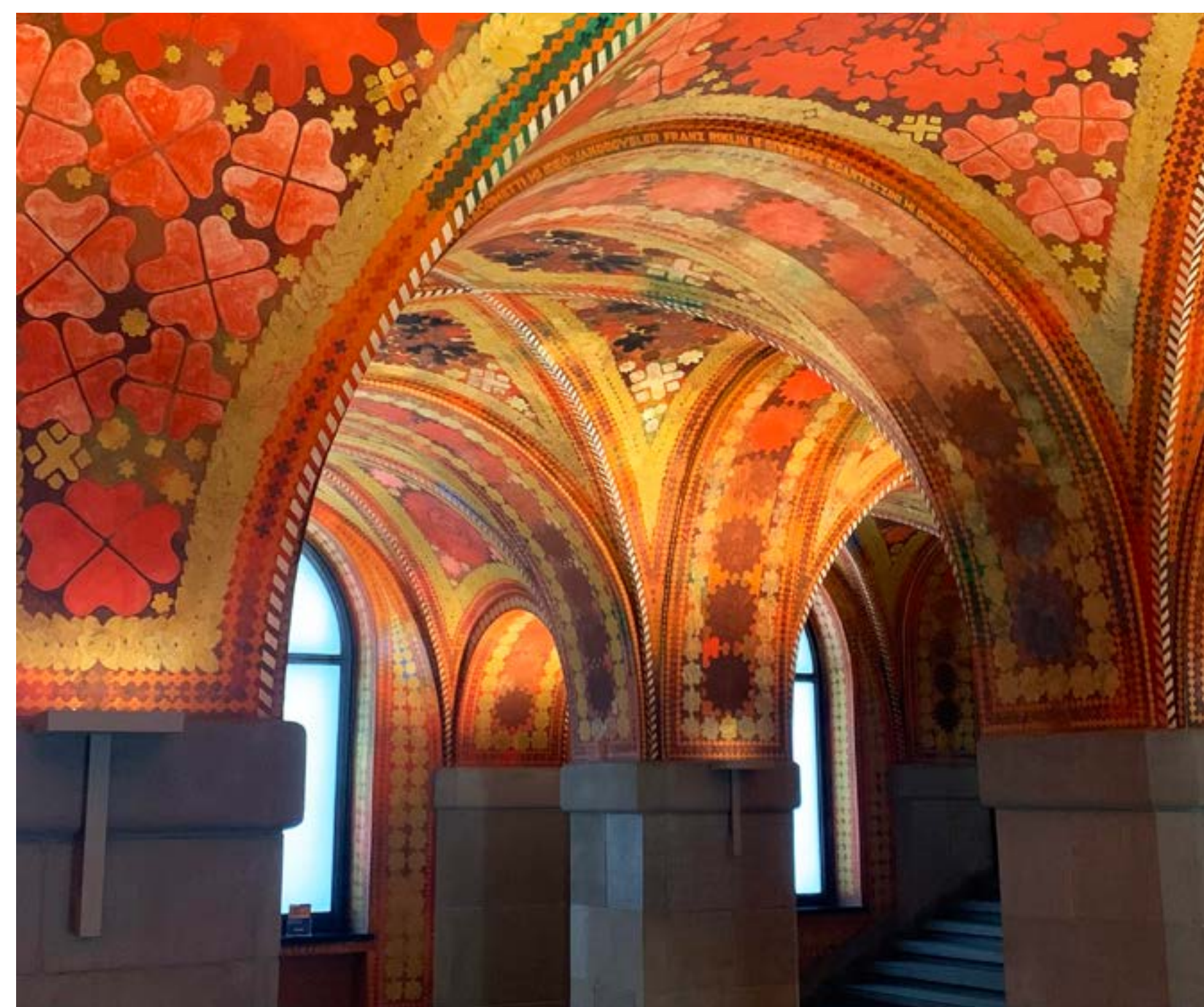
109 - Interior do Museum für Gestaltung Zürich.



110



111



112



118



119



113



114



120



115



116



117

110 - Interior da loja de chocolates suíços Sprüngli.
111 - Mapa do centro comercial Viadukt.
112 - Interior da Estação Central de Polícia de Zürich, pintado por Augusto Giacometti.

113 - Fachada da loja Vacheron Constantin.
114 - Fachada do Bar Sacchi.
115 - Embalagem do refrigerante Rivella
114 - Fachada do Bar Sacchi.

115 - Embalagem do refrigerante Rivella.
116 - Restaurante Smith & Smith.
117 - Embalagem da bebida de cola Vivi Kola.
118 - Embalagem do vinho suíço Gantenbein.

119 - Fachada da loja da marca Bogner.
120 - Interior do Stereo Bar.

NIRIN
*Branding
Company*

NIRIN BRANDING COMPANY

contato@nirin.com.br

nirin.com.br
@nirinbranding

São Paulo
Porto Alegre

FICHA TÉCNICA

Curadoria:
Daniel Skowronsky
Régis Montagna
Thiago Karsten

Redação:
Gustavo Lacerda
Marcelo Ferla

Revisão:
Joice Conde

Coordenação:
Amanda Zarth

Projeto gráfico:
Régis Montagna

Produção Gráfica:
Anna Dambrosi

Finalização:
Cristiano Fraga

Imagens:
NIRIN / Divulgação

appenzellerbier.ch
bogner.com/de-de
brauschneider.at
bridgezurich.ch
clyde.ch/en
coop.ch
davidchipperfield.com
en.magazine-b.com
ethz.ch/de.html
freitag.com
gantenbeinwine.com
gutsch-drink.ch
hermes.com/br/pt
hiltl.ch
hochparterre-buecher.ch
ikea.com
im-viadukt.ch
johnbaker.ch
kronenhalle.com
kunsthaus.ch/en
lindt.com
lineto.com
magazine-b.com
mame.coffee
microlino-car.com
migros.ch
monocle.com
museum-gestaltung.ch/de
nestle.com
nycha.ch

MARCAS CITADAS

odeon.ch
on.com
pavillon-le-corbusier.ch/de
pelikamo.com
polestar.com/se
pozzible.ch
puls5.ch
rivella.ch/de
rolex.com/pt-br
sacchi.bar
sbb.ch/de
smithandsmith.ch
soeder.ch/en
sproudglobal.com
spruengli.ch
stereo-bar.ch
studios.disneyresearch.com
super-mate.ch
superdot.studioswiss.com
taucherli.com/product-category/crazymixes
taucherli.com/product-category/vegan
technopark.ch
ubs.com
vacheron-constantin.com
victorinoxstore.com.br
vitra.com
vivikola.ch
wermut.ch
zuriga.com